



2006/#4

VENDING BUSINESS

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ

GERHARDT

www.gerhardt-automaten.de

Лучше «Герхардта» —
только «Герхардт».

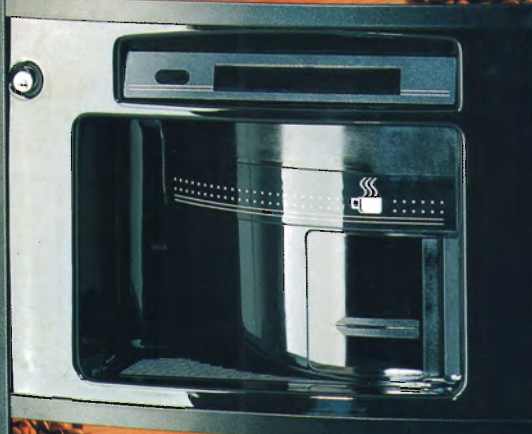
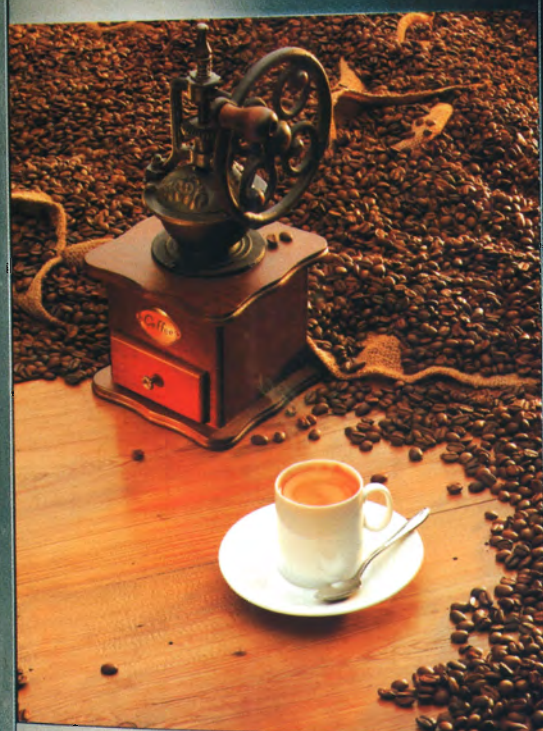



VALEO


GERHARDT

См. стр. 30-31

Обновленный Veneto –
настоящий
исполнитель
желаний



AZKOYEN
Veneto



Свобода вашего выбора



Дорогие читатели!

Dear readers!

Совсем недавно мы сетовали, что у российского вендинга нет своей выставки: буквально у всех есть — от сантехников до металлургов, а у работников автоматизированной торговли — нет. Но, похоже, ожидается праздник и на нашей улице. В дополнение к ряду выставочных компаний, которые готовы «пригреть» вендинг в качестве приправы к основной экспозиции, появляются и такие, что берутся в ближайшем будущем организовать специализированные выставки, посвященные автоматам для торговли и услуг. Это, разумеется, прекрасно. Хочется только напомнить вендинг-общественности в целом и такой ее существенной части, как НААТ, что теперь наша задача — помочь организаторам наполнить эту прекрасную идею конкретным содержанием.

Не стоит с унылым выражением лица жаловаться друг другу и окружающим, что, дескать, ни смотреть, ни показывать нечего, потому что в России почти ничего для вендинга не производится, а используемое здесь иностранное «железо» не бог весть как разнообразно. На самом деле все и так, и не так. Расширяется ассортимент импорта, в нем начинают участвовать новые зарубежные производители оборудования и комплектующих. Что касается производителей отечественных, то в их число за последнее время вошел ряд компаний, производивших ранее игровые машины. Не успели оглянуться, как в ряде бойких «точек» возникли и стали пользоваться возрастающим успехом яркие платежные терминалы с расширяющимися функциональными возможностями. Их производители серьезно рассматривают возможность освоения производства и торговых автоматов различного назначения.

И есть еще одно направление, которое пока не слишком развито, но, на наш взгляд, имеет шансы на успех. Речь идет о производстве отечественных товаров для реализации через автоматы. Пока этот рынок недостаточно емок с точки зрения крупных производителей. Но, во-первых, «крупняком» рынок не исчерпывается. Во-вторых, объем рынка растет. В-третьих, чтобы встретить спрос во всеоружии, готовиться к этому надо заблаговременно, учитывая специфические требования к упаковке, дозировке, защитной атмосфере и т.д. Да и вообще хорошая выставка — это прекрасный повод для демонстрации успехов и новых возможностей «братьям по цеху» и тем, кто еще не осознал перспективы повсеместного внедрения вендинга. А также для встреч, дискуссий и, если сложится, фуршетов.

В заключение краткое сообщение «для всех, кто причастен»: редакция журнала приступила к работе по созданию справочного каталога по российской автоматизированной торговле (оборудование, комплектующие, аксессуары и т.д.). Более полная информация — на сайте www.vendingbusiness.ru.

It was not long ago that we lamented for absence of its own trade fair at Russian vending disposal: everybody seems to have one, from the plumbers to metallurgists, save those who are engaged in vending business. But today the holiday seems to be coming to our street as well. In addition to the exhibition companies that are ready to accept vending as a "seasoning" to their main exposition, some of them appear who undertake to conduct specialized trade shows devoted to the machines vending goods and services. Of course it's wonderful, but we'd like to remind the vending community and it's the most vital part (NVA), that now our task is to fill the wonderful idea with concrete contents.

And it's no use to complain with a dull face expression that there is nothing either to demonstrate or to look at in Russia, since it manufactures practically nothing for vending, and the foreign hardware is not so diverse it ought to be. In real life it has been both this way and not. The variety of import becomes wider, new foreign OEMs start to get involved. As for the domestic producers, their number starts to include some of the companies who had been manufacturing gaming and gambling equipment. Look at the smart points: there's a lot of brightly colored payment terminals with widening functional opportunities. Their producers are studying seriously the prospects of producing vending machines as well.

And there's one more direction that has not been developed enough, but still its chances are not to be ignored: we mean production of goods to be sold by the vending machines. Today this market is not so capacious — from the point of view of big companies. But, firstly, the market is not only the big. Secondly, its volume tends to grow. And, thirdly, to meet the demand fully armed, one should start the preparation in good time, paying attention to the specific requirements (packing, dosage, protective atmosphere etc.). Speaking generally, a good trade show is a good cause to demonstrate the achievements both to your colleagues and to those who has not realized yet the prospects of introducing vending wherever possible. And a cause for meeting, discussions and (if the circumstances are favourable) for friendly table.

Now to end with a short notice for "those who may concern": our staff started to create a reference catalogue on vending in Russia (machines, components, accessories). More full information: at the web site www.vendingbusiness.ru.



С. Р. Юрханов,
Издатель

S. R. Jurkhanov,
Publisher



И. Л. Зотов,
Главный редактор

I. L. Zotov,
Editor-in-chief

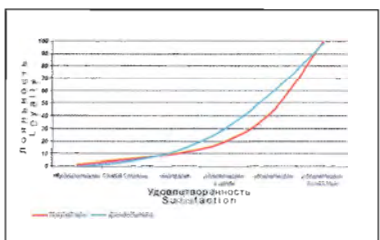
Magazine for those and about those, who: produce vending machines,
work with them, are served by them



6-11



14-19



24-27



34-36

1	От издателей	1	Editorial
3	НААТ <i>В Национальной Ассоциации Автоматизированной Торговли (НААТ)</i>	3	NVA <i>In the National Vending Association (NVA)</i>
6	Выставки <i>Целый мир игр</i>	6	Exhibitions <i>World Full of Games</i>
12	<i>Встретимся в Дубаи?</i>	12	<i>See you in Dubai?</i>
14	В. Ракитский <i>Японский вендинг глазами очевидца</i>	14	V. Rakitsky <i>Eye-witnessed Japanese Vending</i>
20	Выставки <i>Развлечения и отдых в «Атакент-Экспо»</i> <i>Навстречу AVEX'2007</i>	20	Exhibitions <i>Entertainments and rest in the Atakent Expo</i> <i>In view of AVEX'2007</i>
24	Проблемы отрасли Е. Полушина <i>Лояльные покупатели – залог успеха вендинговых сетей</i>	24	Problems of the branch E. Polushina <i>Loyal buyers as a pledge of vending nets' success</i>
30	Лицо фирмы <i>История успеха</i>	30	Facing the company <i>A story of success</i>
34	Заметки от Рувендора	34	Notes from RuVendor
39	Выставки <i>VendExpo – «Вендинговые технологии XXI века»</i>	39	Exhibitions <i>VendExpo – «Vending Technologies of XXI century»</i>
40	В ассоциациях <i>Всемирная вендинг-ассоциация</i>	40	In Associations <i>Worldwide Vending Association</i>
41	Говорят, что...	41	They say that...
42	Д. Кисткин <i>Несерьезно о серьезном</i>	42	D. Kistkin <i>Unseriously about the serious</i>
44	Анализ рынка И. Курабцева <i>Рынок платежных терминалов. Перспективы развития</i>	44	Market analysis I. Kourabtzeva <i>Market of payment terminals and its prospects</i>

В Национальной ассоциации автоматизированной торговли (НААТ)



In the National Vending Association (NVA)

Егор Спиваковский,
Генеральный директор НААТ

Egor Spivakovsky,
NVA Director General

Количество членов НААТ продолжает увеличиваться. В ближайшее время закончится голосование по двум новым кандидатам: ООО «Экспофар» (выставочная компания, статус ассоциированного члена) и ООО «Компания Джусмастер» (торговые автоматы по приготовлению свежеежатых соков, статус действительного члена).

Компания «Экспофар» вышла с предложением, поддержанным НААТ, о проведении во второй половине 2007 года в Москве специализированной выставки «VendExpo – Вендинговые Технологии XXI века», посвященной индустрии автоматизированной торговли. Более подробную информацию об этой выставке можно получить на сайте: www.vendingexpo.ru.

За прошедшие два месяца юрист НААТ проделал большую и важную работу, результаты которой стали доступны всем членам Ассоциации. Завершен аналитический обзор «Правовое регулирование автоматизированной торговли в России». Подготовлен проект изменений статьи 2 пункта 3 закона № 54-ФЗ, позволяющий не применять ККТ в торговых автоматах. Начата работа с профильными комитетами Государственной Думы РФ, которая продолжится после думских каникул. Также юристом подготовлен обзор арбитражной практики по торговым автоматам (применение ККТ, налогообложение, ущерб), даны разъяснения по порядку проведения налоговых проверок в части контроля за применением ККТ и административным последствиям. Обзор арбитражной практики носит практический характер и рекомендует компании-оператору несколько вариантов защиты через арбитраж в случае наложения налоговыми органами административного взыскания.

В июле 2006 года НААТ стала подписчиком тематической рассылки от Агентства ПАРК.РУ. Ежемесячные обзоры прессы по вендингу направляются всем членам Ассоциации, помогая им быть в курсе событий, происходящих в отрасли.

Начата работа по обмену опытом между членами Ассоциации. Организации формулируют запросы в НААТ с целью получить советы по специфическим вопросам своей деятельности. Сотрудники Ассоциации собирают ответы, рекомендации, тем самым формируя определенную базу знаний по вендингу, доступную всем членам НААТ.

Приглашаем компании, чья деятельность связана с индустрией автоматизированной торговли, присоединиться к общему делу в рамках НААТ.

Адрес размещения исполнительного органа НААТ:
129344, г. Москва, ул. Искры, д.17А, стр. 2, этаж 2
Телефон НААТ: 7-495-518-61-93
E-mail: vending.naat@rambler.ru

The number of NVA member continues to grow. Voting two new candidates is under way: Expofar, an exhibition company, to become an associated member, and Juicemaster Co. (machines vending freshly squeezed juices), to become a full member.

The Expofar Co. made a proposal, supported by NVA, to conduct in Moscow (2nd half 2007) a specialized trade fair "VendExpo – XXI Century Vending Technologies", devoted to the industry of automated trade. More detailed information on the affair can be acquired at site www.vendingexpo.ru.

During the last two months NVA legal adviser carried out a large and important work, the results of which are now accessible to all NVA members. An analytical review "Legal regulation of vending in Russia" has been fulfilled. Draft changes for Point 3, Article 2, Federal Law #54-ФЗ have been prepared and submitted to the profile Douma committees; the work is to be proceeded after the Douma vacations. The adviser has also prepared a review on arbitration practice concerning vending (application of cash machinery, taxation, damages), where he presents explanations about the rules of tax check-ups and their administrative consequences. The review is of practical nature and contains recommendations for operating companies how to defend their interests resting upon the arbitration.

This July the NVA became a subscriber of a subject distribution prepared by PARK.RU Agency. Now its monthly press reviews on vending are delivered to all the members of NVA, helping them to be well informed on the events in the sector.

Now NVA is launching a program on experience exchange among its members who are to submit their questions needing practical advices. The Association collects the answers and recommendations forming some data base accessible to all its members. We invite all the companies whose activities are connected with vending industry to join our common cause within NVA frame.

The real address of NVA executive board:
Fl.2, Bdg 2, 17A, Iskry St, Moscow, 129344, Russia
Phone: +7 (495) 518-6193
E-mail: vending.naat@rambler.ru



Self-Service
Exhibition

Терминалы. Вендинг. Киоски 2006

международная специализированная выставка

- вендинговые автоматы
- платежные терминалы
- банкоматы
- информационные киоски
- интернет-киоски
- автоматы по продаже билетов
- процессинговые компании и платежные системы
- комплектующие для автоматов и терминалов
- программное обеспечение
- бизнес-ассоциации
- конференции и семинары



27–29 сентября,
Москва, Крокус Экспо

www.terminal-show.ru

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ОРГАНИЗАТОР



ОАО «ГАО «Москва»

УСТРОИТЕЛЬ



МОСКОВСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ГОСТИНИЧНЫЙ

ФОРУМ И
ВЫСТАВКА

MOSCOW INTERNATIONAL
HOTEL FORUM & EXHIBITION

WWW.HFEXPO.RU

12-14 СЕНТЯБРЯ 2006 ГОДА
МВЦ «КРОКУС ЭКСПО», МОСКВА

УВАЖАЕМЫЕ ГОСПОДА!
ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ
В ФОРУМЕ И ВЫСТАВКЕ И МЕРОПРИЯТИЯХ
ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ!

Тематика Форума и Выставки

- Проектирование, строительство, реконструкция. Девелопмент
- Дизайн, обустройство, мебелировка
- Оборудование для ресторанов и баров, конгрессных и деловых услуг, оздоровительных, спортивных, развлекательных центров
- Безопасность. Инженерное хозяйство, системы связи
- Гостиничное телевидение и связь, офисная техника
- Менеджмент, системы управления и контроля
- Подготовка и переподготовка специалистов
- Рыночное продвижение, реклама
- Снабжение расходными товарами и продуктами
- Вино, алкогольные и безалкогольные напитки
- Кофе, кофемашины

В программе Форума и Выставки

- Презентация интерактивной системы мониторинга Генеральной схемы развития гостиничного хозяйства Москвы до 2010 года.
- Конференция «Состояние и актуальные задачи развития гостиничного хозяйства» с участием представителей РФ и деловых кругов.
- Круглый стол «Развитие гостиничного хозяйства и безопасность»
- Мастер-класс: «Дизайн-проект современного отеля»
- Блок презентаций «Современные системы автоматизации управления отелем»
- Бизнес-практикум: «Веллнес, СПА и фитнес в отдельном бизнесе»
- Семинар: «Строительство и реконструкция гостиниц. Юридические и налоговые аспекты. Опыт Москвы»
- Бизнес-практикум: «Ландшафтный дизайн и флористика: создание идеальной атмосферы отеля»
- Круглый стол и заседание Рабочей группы по подготовке персонала для вновь открывающихся и действующих гостиниц.
- Мастер-класс «Стратегии Инновации. Технологии успешного роста в индустрии гостеприимства»
- Шоу-показ профильной одежды.

Спонсоры и Партнеры:



Генеральный информационный Спонсор:



Информационная поддержка:



ПО ВОПРОСАМ УЧАСТИЯ В ВЫСТАВКЕ ОБРАЩАЙТЕСЬ В ОРГКОМИТЕТ:

107031, Москва, Столешников пер., 11, стр.1

ТЕЛФАКС: +7 (495) 721-36-55 (многоканальный)

E-mail: hbbexpo@gaomoskva.ru info@ibfgroup.ru www.hbbexpo.ru www.hfexpo.ru





Целый мир игр

World full of games

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

С 7 по 9 июня в московском выставочном комплексе «Крокус Экспо» проходила 2-ая международная профессиональная выставка игорного и развлекательного оборудования «Мир игр - 2006». Организовала выставку Российская ассоциация «Мир игр» (РАМИ) — одно из основных профессиональных объединений российско-го игрового бизнеса. Простое сопоставление с предыдущей выставкой (2005 г.) показывает, что ее признали и в России, и за границей. Выставочная площадь выросла с 11 до 15 тыс. кв.м, число стран-участниц — с 14 до 24, а общее число участников достигло 155. В обоих залах царил атмосфера праздника. Все сверкало, гремело, приглашало поиграть — пострелять — забросить — покататься. Из огромной летающей тарелки шел дым, как от Тунгусского метеорита, а прямо против входа наливали пива в обмен на анкетные данные. Все было, «как обычно, и даже еще лучше», но над всем этим великолепием парило нечто, что отбрасывало некую незримую тень. Если называть вещи своими именами, на настрой участников и гостей выставки не могла не накладываться отпечатка общая ситуация с игорным бизнесом в стране. До последнего времени этот бизнес, по словам вице-президента РАМИ г-жи Е.П.Авдеюк, «по темпам развития уступал лишь нефтяной отрасли и информационным технологиям». Сегодня отечественный игорный бизнес обеспокоен попытками «зарегулировать» его рамками как федерального, так и (особенно) регионального законодательства. В рамках выставки состоялся даже конгресс (фактически межведомственное совещание), который так и назывался «Игорный бизнес. Проблемы законодательного регулирования». РАМИ от

On June 7-9 the 2nd International professional exhibition of gambling and entertaining equipment "World of Games 2006" was carried out at the Crocus Expo fairground in Moscow. It had been organized by Russian Association "World of Games" (RAWG) — one of the main professional unions in the Russian gambling/entertainment sector. Simple comparison with the previous event (2005) shows it has been acknowledged both in Russia and abroad. The exhibition area has grown from 11 to 15 thou.sq.m, the number of participating countries — from 14 to 24, total number of participants increased up to 155. In both the halls a holiday atmosphere reigned. Everything glared, glittered, thundered and banged, invited to play — to shoot — to throw — to ride. A giant flying saucer was emitting clouds of smoke making it look as if it just landed. Straight in front of the entrance one could complete a form and exchange his/her personal particulars for a glass of beer. Everything was "as usual and even better", but there was something present that casted an invisible shadow to all this splendour. To call the things their names, the mood of the participants and the guests of the show could not but be influenced by the general situation with gambling business in the country. Up to the last time, according to Ms.E.P.Avdeyuk, RAWG Vice-President, "this business in our country has been inferior only to oil industry and information technologies in pace of development". Today the home gambling business is troubled by the attempts to "control it down" by the federal and especially regional legal systems. A special congress called "Gambling business and its legal



имени четырех десятков входящих в него компаний предложила всем заинтересованным участникам сообщества, независимо от членства в том или ином объединении, консолидировано выступать в защиту своих гражданских прав и законных интересов в рамках конструктивного диалога представителей отечественного предпринимательства с институтами государственной власти. Кроме того, специалисты РАМИ готовы оказывать соответствующую правовую поддержку (юридические консультации), опираясь на положительный опыт оспаривания региональных законов, противоречащих федеральным.

Как там оно будет складываться в высших сферах — пока не ясно. Но вот что очевидно, что игроки игрового (или все-таки игорного?) бизнеса стали серьезно задумываться насчет возможной диверсификации своей деятельности. Отсюда происходит, в частности, повышение интереса в этой среде к автоматизированной торговле товарами и услугами. В этом есть логика: там автоматы — здесь автоматы, там платежные системы — и здесь. Правда, с точки зрения механики торговые автоматы существенно сложнее, но многих разработчиков и производителей игровых систем это не очень смущает. Проявляют интерес к вендингу и операторы игровых залов, тем более, что у них есть возможность примериться к торговой технике не отходя от собственного зала.

Сказанное выше — не досужие домыслы. Свидетельство тому — большой спрос на наш журнал, который демонстрировали посетители выставки. При этом значительная доля гостей нашего скромного стенда не просто просила экземпляр журнала, но и интересовалась возможностью дополнительных консультаций. Что касается экспонентов, то многие из них уже имеют опыт взаимодействия с нашей отраслью. В первую очередь это относится, конечно, к тем, кто производит

control” was organized within the frames of the trade show. RAWG, on behalf of its forty member companies proposed all those interested, whether they participate in any association or not, to advocate jointly their common civil rights and legal interests in constructive dialogue between entrepreneurs and state institutions. Also RAWG experts are ready to render assistance in the form of legal advices, basing upon the positive experience gained in disputing regional laws contradicting the federal ones.

It has not been clear yet how the situation will develop “in the upper spheres”. What is evident, is that the players in the sector are considering seriously the possible prospects of their activities diversification. As a result comes, for example, their increased interest to the automated trade with goods and services. There is some logics in it: you have automatic devices here and there as well as payment systems. Of course the vending machines are much more complex mechanically, but the designers and manufacturers of the gambling machines are not very embarrassed. Interest for the vending emerges also among the gambling operators — especially as they are able to try and install vending machines in their existing rooms.

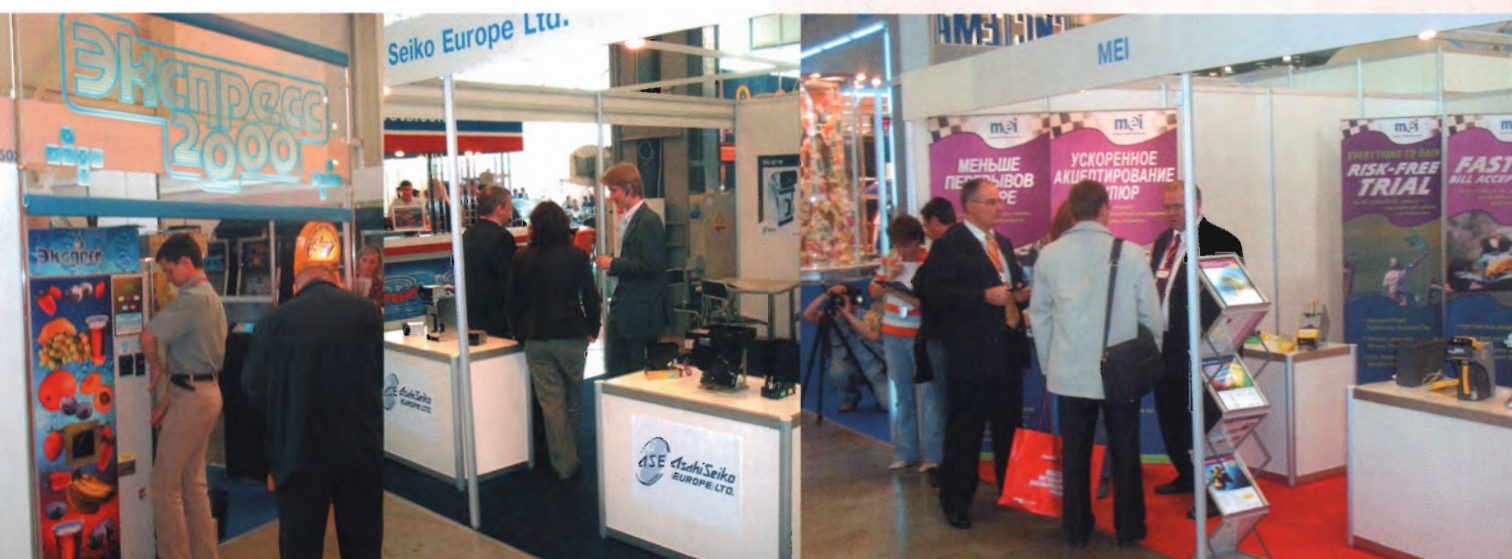
The aforesaid is not an idle fantasy. It can be witnessed by the great demand for our magazine demonstrated by the visitors. And a large share of the guests of our modest booth showed their interest in additional contacts and consultations. As for the exhibitors, many of them have had previous

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ





ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

и поставляет на рынок платежные системы, включая монето- и купюроприемники, разменные устройства, накопители, счетчики, сортировщики и т.д.

Теперь расскажем о некоторых участниках выставки подробнее (в алфавитном порядке).

Автоматические транзакции, ООО (Москва). Представитель в России английской компании **ITL (Innovative Technology Ltd)**, производителя банкнотоприемников, монетоприемников и устройств для выдачи пластиковых карт (диспенсеров). Компания одна из первых представила на российском рынке купюроприемники, способные принимать денежные знаки почти 100 стран мира. Для новейших (1,5 года на мировом рынке) моделей NV9 и NV10 характерно сканирование банкнот в ИК и УФ световом диапазоне, наличие детектора для распознавания скрытых (водяных и флюоресцентных) знаков защиты купюр, а также высокоточный уровень приема хороших купюр и исключение фальшифок (до 99,8%). Посадочные и присоединительные размеры унифицированы с предыдущими моделями. Универсальный монетоприемник RMS протестирован на совместимость с NV9 и NV10.

Ай-Си-Ти (г. Тайпей, Тайвань). Компания **ICT (International Currency Technologies)** — производитель сравнительно дешевых купюроприемников, отвечающих, по мнению производителей, строгим европейским стандартам. Почти 100%-ная защита от обратного вытаскивания купюр, простота и удобство обслуживания, повышенный уровень безопасности и надежная защита от грязи и пыли.

experience in interaction with the vending industry. It refers, first of all, to those who produce and supply payment systems, including coin- and billacceptors, change devices, hoppers, counters, sorting machines etc.

Now let's speak about some participants in more details (in the Russian alphabetical order).

Automated transactions (Moscow) represents in Russia a British ITL company (**Innovative Technology Ltd**), manufacturing bill- and coinvalidators and card dispensers. The company was one of the first to present at the Russian market billvalidators able to accept cash from nearly 100 countries. The newest (1.5 years at the world market) models, NV9 and NV10, are characterized by scanning of the notes in IR and UV light range, presence of a detector for identification of hidden defence marks (water and fluorescent), as well as high precision acceptance rate, rejecting up to 99,8% of fake notes. The fitting dimensions have been unified with the previous models. The multi-purpose RMS coinacceptor has been tested for compatibility with NV9 and NV10.

International Currency Technologies Corp. (Taipei, Taiwan). ICT company manufactures comparatively cheap billacceptor, conforming (according to the producers) to strict European standards. They are characterized with nearly 100% defence from "fishing" (pulling the notes back), simple and convenient service, high security rate and reliable protection from dirt and dust.

Asahi Seiko Co (Japan) — one of the leading manufacturers of equipment handling notes, coins, plastic cards and contactless tokens for gambling industry and neigh-





Асахи Сейко (Япония) — один из ведущих производителей оборудования для работы с банкнотами, монетами, пластиковыми картами и бесконтактными жетонами для игровой индустрии и смежных отраслей. На выставке компанию представляло ее европейское отделение со штаб-квартирой в Англии. В Россию продукция Асахи Сейко поступает через торговый дом «Мегалит Элком» (Москва).

Астросистемс (Англия) претендует на то, что ее продукция является «эталоном в валидации валюты». На выставке демонстрировались компактные купюроприемники GBA HR1 (с укладчиками и без) и быстродействующий монето-приемник Microcoin QL, который может перепрограммироваться в полевых условиях.

Валидейшн Технолоджис. Головная компания Val Tech International (VTI), разрабатывающая и производящая валидаторы и программное обеспечение к ним, расположена в Лас-Вегасе (штат Невада, США), а ее дочерние структуры — в Австрии, Китае и США.

Глобал Пеймент Технолоджис (США). Известный производитель купюроприемников для игровых и торговых автоматов, имеет постоянно действующее представительство в Москве. Наибольшей популярностью из продукции фирмы пользуется валидатор Аугога, отличающийся высокой надежностью, в том числе в суровых климатических условиях. Модель снабжается базой данных для нескольких стран одновременно — до 64 купюр с приемом по четырем направлениям. Два года назад на рынке появился купюроприемник четвертого поколения модели SA-4 с ускоренным временем приема банкнот и другими усовершенствованиями.

Джей-Си-Эм (Япония). Известный производитель высококачественных купюроприемников, которыми комплектуют свои изделия 14 ведущих производителей игровых автоматов в мире; исключительно на валидаторах JCM работает 57 крупнейших казино мира. По оценкам ряда независимых экспертов, около 90% фирм-производителей оборудования с автоматическим приемом денежных средств отдадут предпочтение продукции компании (автоматы, детекторы, счетчики и сортировщики банкнот). О ряде разработок компании мы рассказывали в прошлом номере. На выставке компания была представлена германским отделением (Дюссельдорф), которое традиционно обслуживает

boring sectors. At the exhibition the company was represented by its European Division with the head-quarters in UK. The produce of Asahi Seico comes to Russia through a Moscow firm "Megalit Elcom".

Astrosystems Ltd (UK) claims its produce sets a sort of "a standard in cash validation". They demonstrated a compact reliable banknote reader GBA HR1 (with or without stacking options) and a high speed Microcoin QL coin validator, which is a field programmable device.

Validation Technologies Ltd. The head-quarters company Val Tech International (VTI), designing and manufacturing currency validators and corresponding software, is based in Las Vegas (Nevada, USA). The VTI Group includes international sales, warehousing and service offices in Austria, China and USA.

Global Payment Technologies (USA) is a widely known and appreciated manufacturer of bill validators for gaming and vending machines. It has a constant representation in Moscow (GPT-Russia&CIS). The greatest popularity between the items manufactured by the company has been enjoyed by Aurora validator, characterized by high reliability in conditions including most severe climate. The model is supplied with data base for simultaneously several countries — up to 64 kinds of bills accepted along four directions. Two years ago a billacceptor SA-4, representing the 4th generation of validators, appeared at the market; it has a shortened acceptance time and some other refinements.

JCM (Japan Cash Machine). The known manufacturer of high-rate bill acceptors, used by 14 leading producers of gaming machines. JCM validators (only!) are used by 57 greatest casino in the world. According to some independent experts, about 90% of companies producing equipment with automatic currency acceptance prefer the items produced by the company (machines, detectors, counters and bill sorting devices). We wrote about some products of the company in the last issue. At this trade show the company was represented by the German Division (Duesseldorf), that traditionally serves Europe, including the Eastern one. It was possible to see a novelty of the Russian market —



Европу, в том числе и Восточную. На стенде можно было ознакомиться с новинкой российского рынка – купюроприемниками Taiko («большой барабан»); это многоцелевые устройства нового поколения, надежные, недорогие, быстродействующие и обеспечивающие высокий коэффициент распознавания с первого раза.

Кэш Код (Канада). Купюроприемники CashCode эксперты заслуженно относят к классу «премиум». Они хорошо зарекомендовали себя в игровом и вендинговом секторах. Кроме хороших эксплуатационных характеристик, валидаторы CashCode имеют высокую степень защиты от различных видов мошенничества. С недавних пор компания входит в группу Crane, известную как один из ведущих производителей торговых автоматов.

Мани Контролс (Англия). Один из общепризнанных лидеров в области разработки и производства платежных систем Coin Co, рассчитанных на прием монет, купюр и безналичные платежи. На выставке были представлены сразу несколько новых моделей валидаторов, в том числе Ardac Elite со сканированием в широком диапазоне длины световых волн. По мнению разработчиков, ряд усовершенствований, включающих USB модули и портативные устройства, облегчающие обновление и замену «прошивок», позволяют считать Ardac «идеальным купюроприемником для машин нового поколения».

MEI. Изначально английская компания располагает сегодня производственной базой в ряде стран, включая США, Мексику и Швейцарию. В «портфеле» компании валидаторы марки Cashflow, распространенные в 90 странах. Среди них монетоприемники и купюроприемники высокого уровня надежности и умеренной стоимости. Предмет гордости компании – быстродействующие купюроприемники серии Cashflow SC, в том числе модель SC 83, обеспечивающая прием банкнот, вставляемых почти под прямым углом. Монетоприемники Cashflow 7900i снабжены устройством для инфракрасного аудита, обеспечивающим бесконтактное, а потому и надежное считывание данных.

Металлюкс (Москва) – современное промышленное предприятие, специализирующееся на предоставлении услуг по высокоточной листовой металлообработке. Компания предлагает полный цикл производства информационно-платежных терминалов (киосков), начиная с разработ-

bill acceptors "Taiko" ("a big drum"); these are multipurpose devices of the new generation, reliable, not too expensive, fast-acting and providing the highest single time acceptance rate.

Cash Code Co. Inc. (Canada). CashCode bill acceptors are deservedly referred by the experts to the premium class. They showed themselves quite well both in the gaming and in the vending sectors. In addition to having good operational characteristics the devices are excellently protected against various kinds of fraud. Recently the company entered the Crane group, known as one of the leading vending machinery manufacturers.

Money Controls (UK) is one of the recognized internationally experts in the field of design and manufacturing of the Coin Co payment systems accepting coins, bills and cashless payments. Several new validators models have been exhibited, including Ardac Elite acceptor equipped with multi-wavelength scanning and multiple feature recognition. According to the developers, some improvements in the design including USB connections, allow to consider Azdac "the ideal note acceptor for new generation machines."

MEI. Starting as a British company, Mars Electronics International now possesses production base in several countries including USA, Mexico and Switzerland. The company's portfolio contains Cashflow validators distributed in 90 countries. Among them there are coin and bill validators of high reliability and moderate price. The company is proud of its high speed acceptors of Cashflow SC series, including SC 83 model, guaranteeing acceptance of notes introduced nearly at the right angle. Cashflow 7900i coin acceptors are equipped with a device for IRaudit, providing contactless, and therefore reliable, data reading.

Metallux (Moscow) is a modern industrial enterprise offering its services in high accuracy sheet metal processing. The company offers the whole cycle of manufacturing information-pay terminals (kiosks) from the general design and documentation to assembling and software installation with due regard for the customer's requirements. One could see at the stand examples of terminals at different stages of production, and beyond the stand – in working condition.

Paula (Simferopol, Ukraine) proposed its services in production of glasses facing gambling and vending machines,



ки общего дизайна и конструкторской документации и кончая сборкой и инсталляцией программного обеспечения с учетом всех требований заказчика. На стенде можно было увидеть терминалы разной степени готовности, а за пределами стенда — в рабочем состоянии.

Паула (Симферополь, Украина) предлагала свои услуги по изготовлению стекол для витрин автоматов, в том числе высокопрочных, с четырьмя видами печати и т.д. Возможен полный цикл сервиса — от разработки печати до поставки готовой продукции. Компания имеет постоянных клиентов в 15 странах.

Слот Гейм (Москва), продолжая оказывать услуги по аренде российского и зарубежного игрового оборудования, в последнее время уделяет основное внимание производству и реализации терминалов для приема наличных платежей за услуги операторов сотовой связи, интернет-провайдеров и пр. Компания развивает собственную электронную платежную систему и предлагает готовые решения для организации пунктов приема платежей.

Стиль-АВС (Москва) производит игровые автоматы различных типов и модификаций от детских развлекательных до автоматов с денежным выигрышем, а также осуществляет поставку комплектующих, в связи с чем успешно сотрудничает с такими компаниями, как Azkoyen, JCM-Germany, ITC и др.

Экспресс 2000 — авторизованный сервисный центр JCM в Москве. На стенде компании, кроме платежных систем JCM, демонстрировалась также продукция нижегородской компании «Алекс», в том числе автоматы для приготовления и продажи газированной воды. От своих советских предшественников автоматы отличаются возможностью выбора нескольких вариантов сиропа, современными платежными системами, автоматической подачей стаканчиков. В зависимости от местных условий, автоматы могут либо подключаться к водопроводной сети, либо снабжаться запасом воды в бутылках. Предусмотрена возможность продажи горячего чая, приготовленного из жидкого экстракта.

В заключение еще одно впечатление общего характера, не связанное с экспозицией. В выставочных залах комплекса твердо прижилась кофейные автоматы, которые эксплуатирует VendLand. Все хорошо, если бы не два «но». Во-первых, наверно, было бы неплохо, если бы к кофе можно было бы прикупить и что-нибудь кондитерское, не бегая в кафе на второй этаж. И, во-первых, может быть, стоило бы приглядеть для этих точек другие места, а не у входа в туалет. Впрочем, «пила хавет» и здесь.

including high strength and vandalproof ones. 4 methods of printing are proposed. Full cycle service is possible — from creation of the design to delivery of the ready product. The company has permanent customers in 15 countries.

Slotgame Ltd (Moscow) continues to propose renting of Russian and foreign game/gambling equipment, but now pays its main attention to the production and selling of payment terminals for the services of sellular communications operators, internet providers etc. The company develops its own electronic payment net and proposes ready solutions to organize payment points equipped with the terminals.

Style-AVS, LLC (Moscow) manufactures gaming machines of various types and modifications from kids amusement ones to gambling. It also supplies numerous spare parts and components, working successfully with many companies like Azkoyen, JCM-Germany, ITC, etc.

Express 2000 is an authorized service centre of JCM in Moscow. In addition to JCM payment systems and their elements, the booth of the company demonstrated also the items manufactured by **Alex Co** (Nizhny Novgorod), including vending machines for making and selling fizzy water. These machines differ from their Soviet predecessors by possibility to choose the syrup, modern payment systems and automatic supply of plastic cups. Depending on local conditions, the machines may be either switched to the water mains, or supplied with reserve in bottles. It is also possible to vend hot tea prepared from liquid extracts.

To conclude with here's one more general impression, not connected with the exposition. In the halls of the compound some coffee vending machines owned by VendLand Co can be met and used at any time. It would be excellent if it were not for two "buts". Firstly, it would be nice if it were possible to buy also some confectionery — without climbing to the next floor. And, secondly, perhaps it would be worth while to find some other place of installation, than the entrance to the toilet rooms. Nevertheless, the "people scarfs".

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS



ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

Встретимся в Дубаи?

Кто бы мог подумать, что в Объединенных Арабских Эмиратах начнет формироваться некий «центр кристаллизации» международного вендинга-сообщества? Тем не менее, к тому, кажется, идет. Во всяком случае, за последнее время там прошли уже две выставки, посвященные автоматизированной торговле, причем разных организаторов, а в течение ближайшего полугодия за ними последуют еще две. Не успели мы опубликовать анонс о выставке **Dubai Vend 2006**, которая будет проходить в 14 по 17 ноября (первую из этой серии выставку **Dubai Vend 2005** компания **In Time Events LLC** провела в мае прошлого года), как пришло сообщение, что в мае уже этого года компания **Global Links Exhibition & Conference Organizers LLC** провела там же выставку **Dual-Automation&Self-Service Show 2006**. Второе название того же мероприятия звучит более привычно и понятно: **Middle East Vending & Kiosks Expo**. Двухдневное мероприятие проходило под патронатом Дубайской Торгово-промышленной палаты при поддержке ассоциаций NAMA, EVA, WVA и JVMA. Экспозиция с участием 52 компаний-экспонентов из Англии, Индии, Малайзии, Италии, Кувейта, США, ОАЭ, Тайваня, Канады, КНР, Швейцарии, Австрии, Испании, Германии, Турции, Ирландии охватывала тематику от торговли кондитерскими изделиями, печатными изданиями, DVD, напитками до платежных терминалов, фотокиосков, разменных устройств, различных комплектующих, включая платежные системы, и т.д.

По сравнению с ведущими европейскими и американскими выставками, число посетителей-специалистов было не слишком велико (1246), однако большинство экспонентов (свыше 80%) сочли выставку достаточно удачной, чтобы вновь участвовать в ней в 2007 г. В следующий раз выставка будет проводиться 20-21 февраля в Конгресс-центре Grand Hyatt.

See you in Dubai?

Who could ever imagine that some "crystalization center" of the international vending community would emerge in United Arab Emirates? Nevertheless it all seems to move in this direction. At least during the last time two exhibitions devoted to automatic vending organized by two different companies, have taken place, and in the coming halfyear two other are to follow. Just after we announced **Dubai Vend 2006** that is to take place on November 14-17 (the first trade fair from this series, **Dubai Vend 2005**, was carried out by **In Time Events LLC** on the previous May) we have received information that this May (2006) another company, **Global Links Exhibition & Conference Organizers LLC**, has carried out there a fair called **Dual-Automation & Self-Service Show 2006**. The second name of the same event sounds more usual and clear: **Middle East Vending and Kiosks Expo**. The two days long affair was carried out under the patronage of Dubai Trade and Commerce Chamber and with support of NAMA, EVA, WVA and JVMA associations. The exposition participation by 52 companies from Britain, India, Malasia, Italy, Kuwait, USA, UAE, Taiwan, Canada, PRC, Switzerland, Austria, Spain, Germany, Turkey and Ireland embraced the subjects from vending confectionery, printed matters, DVD, drinks and to the payment terminals, photo kiosks, change devices, various components, including payment systems, etc.

In comparison with the leading European and American trade shows, the number of visiting professionals was not too great (1246), but the majority of exhibitors (more than 80%) considered the exhibition successful enough to take part in it again in 2007. Next time it will take place on February 20-21 at Grand Hyatt Convention Centre.

**Ближневосточный регион в ожидании
2-й Международной выставки
торговых автоматов в Дубаи**

Год спустя после успешной первой попытки в мае 2005 г. вторая выставка DubaiVend должна пройти 14-17 ноября этого года в Дубаи, столице Объединенных Арабских Эмиратов, быстро развивающемся центре динамичного бизнеса.

Организованная дубайской престижной выставочной компанией «In Time Events LLC», DubaiVend привлечет, как ожидается, свыше 6000 посетителей в течение 4 дней, продемонстрировав внушительную коллекцию новейших торговых автоматов, а также товаров и аксессуаров для них, представленных более чем 170 импортерами, дистрибьюторами и поставщиками со всего мира.

Уникальное событие для региона Персидского залива и, в частности, ОАЭ, 2-я выставка DubaiVend отвечает нуждам быстро растущей розничной торговли ликвидными потребительскими товарами, равно как общественных и правительственных структур, включая муниципалитет Дубаи.

Хорошим дополнением к выставке является обращение к ее гостям и участникам ведущих и авторитетных специалистов отрасли, которые поделятся своими мыслями и информацией об автоматизированной торговле и о конкурентной среде, в которой она существует и развивается.

2-я Международная выставка торговых автоматов в Дубаи — это идеальное место, где могут встретиться, обменяться идеями и завязать деловые отношения профессионалы бизнеса, в том числе принимающие решения руководители банковских и финансовых структур, торговых и промышленных компаний, ассоциаций и т.д.

В те же сроки, параллельно с DubaiVend будет проходить Дубайская Международная выставка безалкогольных напитков. Ожидается, что это благотворно скажется на эффективности обоих мероприятий.

За дополнительной информацией обращайтесь, пожалуйста, непосредственно к фирме-организатору:

In Time Events LLC

Тел.: + 971 (04) 295 3379

Факс: + 971 (04) 295 3374

Дубаи, Объединенные Арабские Эмираты

или посетите веб-сайты:

www.intime-events.com

www.dubai-vend.com


in time events


DubaiVend

Dubai Vend 2006 Exhibition



**Dubai International
Vending Machines Exhibition
14th - 17th November 2006**

www.dubai-vend.com



Японский вендинг глазами очевидца

Валерий Ракитский,
Генеральный директор,
ООО «Фирма ВАЛЕО»
(Москва)

Рано или поздно у человека, серьезно занимающегося вендингом (а я отношу себя к этой категории), возникает неудержимое желание посмотреть, что такое японская автоматизированная торговля. Да где же, в конце концов, они размещают все эти миллионы торговых автоматов, если и страна не безумно велика, а население вообще сосредоточено всего на 30% общей площади? Короче, наступило время упаковывать чемодан. А если серьезно, то иметь возможность посетить Японию, и не сделать этого было бы серьезной ошибкой, в чем я убедился, посетив эту удивительную страну в мае этого года: Япония не разочаровала.

Сказать банальную фразу, мол, страна контрастов — значит ничего не сказать, хотя, в каком-то смысле, это правда. Конечно, Япония не исчерпывается небоскребами и немыслимыми многоуровневыми транспортными развязками. Большая часть страны никоим образом не претендует на урбанизм, а преобладающий тип застройки — малоэтажный. Обжитая часть территории освоена в основном таким образом, что удивительно гармонирует с национальными парками и дикой природой. Среди кварталов мегаполиса Вы можете вдруг оказаться на некоем острове задумчивого спокойствия, вроде императорских садов с композициями из лужаек, камней, прудов и т.д. А уж если на заднем плане виднеются горы, либо лесистые, либо заснеженные, можете быть уверены, что дворцы и храмы композицион-

Eye-witnessed Japanese vending

Valery Rakitsky,
Director General,
"Firma Valeo" Co.
(Moscow)

Earlier or later a person seriously engaged in vending business (and I refer myself to that category) feels he is irrepressibly absorbed by the wish to see what is Japanese automated trade in reality. Where, after all, do they install all those millions of machines within the country that is not so large at all, and the population is altogether concentrated at 30% part of the surface? So ain't it the time to pack the suitcase? To be serious, it would be a serious mistake to miss a chance to visit Japan — if you possess such a chance; I made sure of it visiting this surprising country last May — Japan didn't disappoint me.

To say a commonplace like "it's the land of contrasts" would mean to say nothing (though, in some sense, it is the truth). Of course Japan is not confined to the sky-scrapers and inconceivable multi-level road junctions. Most of the country doesn't pretend to urbanism, and the dominating type of building has not much storeys. The populated part of the territory has been cultivated mainly to be in a surprising harmony with the national parks and the wild nature. Among the megapolis block you may suddenly see yourself at some island of calm reverie, like the Emperor's gardens decorated with compositions of lawns, stones, ponds etc. And if you see mountains (forest or snow covered) at the background, you may be sure that the palaces and temples are harmonized with this background in a way close to optimal.



Первый автомат по прибытии
The first vending machine met on arrival

но находятся с этим фоном в сочетании, близком к оптимальному.

Кстати, о дворцах и храмах. Японцы весьма трогательно относятся к своему культурному наследию, оберегая и сохраняя все, что можно сохранить. Они заслуженно гордятся тем, что у них до сих пор существуют постройки VI-VII веков, хотя местные условия не всегда этому благоприятствовали: то извержение, то землетрясение, то цунами, то какие-то орды воинствующих фанатиков или властолюбивых феодалов. Но во все эпохи существовало стремление сберечь, а уж если не убергли — то возродить древнюю красоту. Случалось, что сооружения восстанавливали по нескольку раз, причем зачастую

By the way, about palaces and temples. The Japanese treat their cultural heritage very touchingly, protecting and preserving everything that can be preserved. They are deservedly proud that there still exist VI-VII centuries buildings, though the local conditions were not always favorable: volcano eruptions, earthquakes, tsunami, hordes of fanatic militants or ambitious feudal lords, and so on. But through all the epochs there was strong striving to preserve the ancient beauty, or at least to restore it, if the worst had happened. There are cases when a building was restored several times, sometimes to the tiniest details of design and technology. And among them there is a case I'd call a unique one. At the



... второй, третий...
... the second, the third...

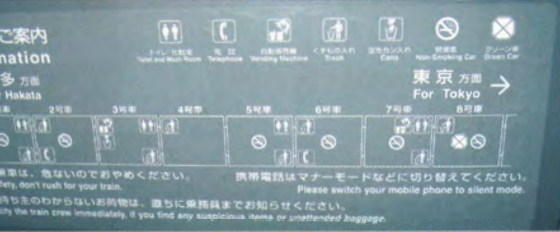


..., n, n+1, ...





Вендинг на вокзале...
Vending at a railway station
... и в поезде
... and in a train



до мельчайших подробностей конструкции и технологии. Есть и случай, в некотором смысле уникальный. На расстоянии 2-3 часов езды от Киото и Осаки существует важнейшая святыня религии синто – храм богини Солнца Аматэрасу. Так его вообще каждые 20 лет сносят из ритуальных соображений и возводят заново из свежих стволов кедра.

Но вернемся к нашим вендинг-машинам. Посещение городов Токио, Киото и Осака, а также их окружения позволяет мне свидетельствовать: в Японии автоматы действительно стоят повсюду, в чем легко убедиться, посмотрев на фотографии. Разумеется, стоят в аэропорту и на вокзале. Разумеется, на улицах, благо для основной части страны характерны сравнительно мягкие зимы. Стоят себе и в метро. Можно встретить на площадке отдыха в национальном парке, при входе в храм или дворец какого-нибудь военачальника, а то и вовсе царствовавшей некогда особы. Можно встретить и в поезде, тем более что протяженность маршрутов, особенно в широтном направлении, довольно велика.

distance of 2-3 hours' riding from Kyoto and Osaka there exists a most important sacred object of sinto religion – the Temple of Sun Goddess Amaterasu. This temple is torn down each 20 years for ritual reasons and reconstructed each time from fresh cedar trunks.

Now let's return to our vending machines. Having visited the cities of Tokio, Kyoto and Osaka and their environment I can witness: vending machines are really standing everywhere in that country, and it can easily be proved by the pictures.

Of course, they have been installed at the airport and the railway station. Of course they are present in the streets, since most of the country is characterized by comparatively soft winters. They are standing in the subway. They can be met at a rest ground in a national park, at the entrance to a temple or to the palace of some ancient military leader or even a person that had been reigning the country in the old days. They can be met in a train, since the railroads are long enough, especially in the latitude direction.

Being installed in the street the machines are usually cov-

自動販売機コーナー
Vending Machine Corner



Симбиоз
Symbiosis



При уличном монтаже автоматы обычно либо накрываются крышей (козырьком), либо встраиваются в нишу в стене дома. Особого противоречия либо конкуренции с традиционной розничной торговлей не заметно. Более того, видно стремление к их разумному сочетанию и взаимодополнению. Так, в порядке вещей установка автоматов хозяином магазинчика вдоль фасада. Логика простая – не потерять клиента, который опоздал к закрытию (а магазины, кстати, закрываются довольно рано). Либо помочь проходящему мимо удовлетворить «импульсный спрос», не заходя в магазинчик. А товар может быть тот же самый, что внутри, что снаружи.

Есть еще любопытный вариант симбиоза, когда установленный при входе в кафе автомат с изображениями предлагаемых блюд продает чеки, по которым Вас без задержки обслужат внутри. Вполне естественно установка автоматов для продажи карточек предоплаты или размена рядом с местом, где можно этими карточками или монетами воспользоваться, например, возле таксофонов

ered with a roof (a cap) or built in a niche of the housewall. No serious contradiction or competition with the traditional retail could be noticed. And even more than that: one can easily see the tendency of their reasonable combination and supplementing. For example, the shop owners quite often install machines along the front wall. Their logic is simple – not to lose the customers who come after the closure of the shop (and, by the way, most of the shops are closed rather early). Or, say, to help the passer-by to satisfy his "impulse demand" without entering the shop. The goods may be the same, both within and outside.

There is also an interesting kind of symbiosis, when a machine installed at the entrance of a cafe, sells receipts to get inside (and fastly) the dishes depicted at the outside. It is very natural to meet cards selling or money changing machines close to the place where you can use them (e.g. near the taxophone or some mechanical vending devices).

About the range of goods. Overwhelming majority of vend-



Разменяй – быстрее истратишь
Change and spend





Плати и входи
Pay and enter

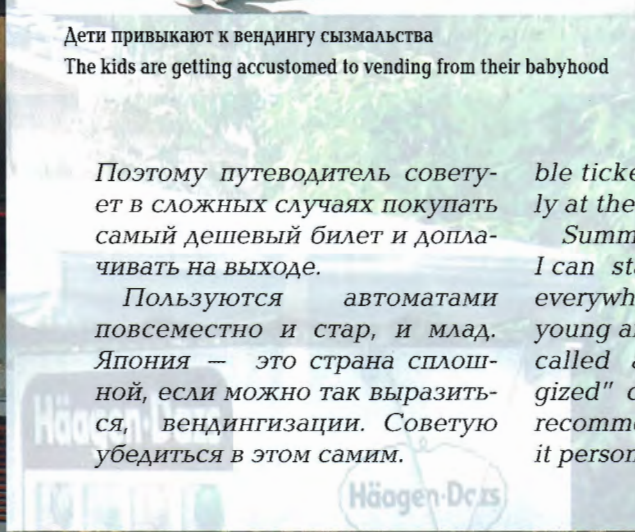


или всякого рода механических автоматов.

О предлагаемом ассортименте. Подавляющее большинство автоматов предназначено для реализации штучных товаров, в первую очередь напитков в банках и бутылках. В розлив продается немного, в отличие от нашей страны. Примерно треть автоматов выпущена компанией Fuji Electric, многие из них могут банку не только охладить, но и подогреть. Кстати, кофе и чай пользуются популярностью не только в горячем, но и в охлажденном виде, даже со льдом. Есть автоматы для продажи мороженого в рожках, много сигаретных. Рядом с автоматами обязательно имеются урны для мусора, зачастую «брендированные» так же, как автомат. Можно купить в автомате фотопленку, проездной билет. Но если фотопленку способен опознать любой турист, даже не знающий иероглифов, то с билетами сложнее.

ing machines are selling packed (piece) goods, in the first place drinks in cans and bottles. Machines intended for pouring the drinks are relatively rare, unlike our country. About one third of the machines have been manufactured by Fuji Electric Co.; many of them are able both to cool and to heat the can. By the way, both coffee and tea are popular not only in the hot state, but in the cooled one as well, even served with ice. There are machines vending ice-cream in cones, and quite a lot of selling cigarettes. The machines are always accompanied by the dust bins; the latter are often branded in the same way as the machines. It is possible to buy a photographic film, a bus or a train ticket. But if any tourist is able to recognize a film (even without knowing hieroglyphs), the case with tickets is more complex. That is why the guide-books recommend in difficult cases to buy the cheapest possi-





Все делают вид, что читают по-японски
Everybody pretends to be reading in Japanese



Дети привыкают к вендингу с детства
The kids are getting accustomed to vending from their babyhood

Тут тебе и пленка, тут тебе и камера (одноразовая)
Here's the film, and here's the camera (a disposable one)

Поэтому путеводитель советует в сложных случаях покупать самый дешевый билет и доплачивать на выходе. Пользуются автоматами повсеместно и стар, и млад. Япония — это страна сплошной, если можно так выразиться, вендингизации. Советую убедиться в этом самим.

ble ticket and to pay additionally at the outlet. Summing up my impressions, I can state vending is present everywhere and is used by the young and the old. Japan may be called a completely "vendingized" country. And I earnestly recommend you to make sure of it personally.



Развлечения и отдых в «Атакент-Экспо»



Entertainments and rest in the Atakent Expo

С 13 по 15 апреля в алма-атинском комплексе «Атакент-Экспо» состоялась очередная, уже шестая, Казахская международная выставка индустрии развлечений «Развлечения и отдых», одним из информационных спонсоров которой был и наш журнал; его и, разумеется, свои платежные системы, на выставке представляла американская компания GPT и руководитель ее московского представительства В. Сурис. А фоторепортаж с выставки со своими комментариями любезно предоставила «Казахстанская вендинговая компания», которая участвовала в выставке второй год подряд.

On 13-15 April Atakent Expo exhibition complex at Alma-Ata presented its venue to the 6th Kazakhstan international trade-fair of entertainments and rest. Our magazine was one of the show's media sponsors. It was represented by an American GPT company and the head of its Moscow office V.Suris, who didn't miss the chance to demonstrate their payment systems. As for the photographic images published below, they were kindly presented by KVC (Kazakh Vending Company) who took part in the fair for the two consequent years.



Выставку 2006-го года все ждали с нетерпением. Торжественное открытие выставки представителями Российского Посольства и дирекцией Выставочного комплекса «Атакент».

Everybody was impatient waiting for the trade show 2006. The solemn opening of the trade show by the representatives of the Russian Embassy and of the Atakent complex management.



Во время вручения диплома организаторы и участники попросили рассказать, что такое «вендинг».

During the diploma bestowal the organizers and the participants asked to explain what the "vending" is.



Первая в Казахстане демонстрация аппаратов Azkoyen для приготовления горячих напитков была отмечена дипломами выставки «Развлечения и отдых 2005». На снимке директор компании «К.В.С.» Кирилл Романов (слева) и представитель Azkoyen Пабло Де-ла-Фуэнте.

The first demonstration in Kazakhstan of AZKOYEN machines used to cook and vend hot drinks had been rewarded by diplomas of "Entertainment and rest '2005" exhibition. The photo shows KVC CEO Cyrill Romanov (left) and Pablo de la Fuente, who represented Azkoyen.



Между делом пришлось объяснять и что такое знаменитый испанский «Хамон» (если верить Юлиану Семенову, его обожал Штирлиц). Понимание приходило быстро.

Meanwhile it was found necessary to explain what the famous Spanish "Jamon" is (According to Julian Semyonov this kind of ham had been adored by Herr Stierlitz). Understanding came very fast.



Попробуйте определить, где здесь испанцы, где – казахи, где – русские.
Try and discover here the Spaniards, the Kazakhs, and the Russians.



MEDIOS DE PAGO, S.A. & KVC



Представление автомата Palma M87.
Presentation of the Palma M87 vending machine.



Черный бриллиант в достойной оправе.
Black diamond in an adequate setting.



«Заройте Ваши денежки...»
(стенд с монетоприемниками).
"Now bury please your golden coins..."
(the show-case with coin acceptors).



Дружбе подвластно многое. На снимке – дружная команда KVC и Альберто Санчес (Azkoyn). Крайний справа – президент KVC Александр Романов.
Friendship is capable of a lot. The KVC friendly team and Alberto Sanchez (Azkoyn Co.). At extreme right Alexander Romanov, KVC president is standing.

2007 AVEX featuring the cooler show

International Vending Exhibition • Earls Court 2 London • April 24-26

Навстречу AVEX'2007

За 10 месяцев до открытия очередной лондонской выставки AVEX (24-26 апреля 2007) организаторы сообщили, что ее площади уже распроданы на 70%. За 37 лет существования выставка торговых автоматов была наиболее успешной последних два раза, когда ее проводили во втором корпусе выставочного комплекса Earls Court. Предполагается, что следующая им не уступит. Одним из аргументов в пользу такого прогноза является проведение в рамках AVEX 2007 так называемого «Кулер-шоу», посвященного проблемам обеспечения потребителей высококачественной питьевой водой. С точки зрения задач и интересов эта отрасль близко примыкает к вендингу. Для нее характерно весьма динамичное развитие; начиная с 1999 г. ее объем продаж увеличивался примерно на 30% в год. По мнению организаторов обеих выставок (Британской вендинг-ассоциации AVA и компании Zenith International) Cooler Show способна увеличить суммарную экспозицию примерно на 20%, имея в виду как число экспонентов и экспонатов, так и привлечение дополнительных посетителей.

In view of AVEX'2007

With 10 months still to go before opening in London the next AVEX trade-show (24-26 April 2007), its organizers declared the space has been 70% sold. The past two events, also at Earls Court 2, have been the most successful in the show's 37 year history, and the 2007 event looks quite probable to join them. One of the arguments in favour of such a prognosis is inclusion in the AVEX program of the so called "The Cooler Show", devoted to the problems of providing the customers with high-quality drinking water. Judging by the tasks and interests, this industry is very close to vending. It has been characterized with very dynamic development growing about 30% per year since 1999. According to the organizers of both the exhibitions (British Automatic Vending Association and Zenith International Ltd) the Cooler Show is able to enlarge the exhibition by about 20%, adding significantly to the number of exhibitors and exhibits and attracting additional visitors.

СУПЕРАКЦИЯ !!!

LEOCUP
move ahead with us
Москва, Кавказский бульвар, 59

СТАКАННЫЙ БУМ!!!

Уважаемые настоящие и будущие партнеры!

Компания «ЛЕОКАП» объявляет о продолжении летней промоакции по одноразовым бумажным стаканам 6,5 унций – 195 мл и 7 унций – 205 мл для холодных и горячих напитков.

В течение акции

Стоимость одного стакана – 55 копеек, одной коробки 2000 шт. – 1100 руб., независимо от приобретаемого количества.

Стаканы изготовлены из экологически чистой бумаги на современном оборудовании.

Доставка без выходных по г. Москве от 10 коробок бесплатно, по России и СНГ – через заявленные транспортные компании.

Мы всегда открыты, прозрачны и рады сотрудничеству.

По вопросам и заявкам вы можете обращаться ежедневно с 8 до 22 ч. по телефонам: (495) 969-17-68, 130-34-36 по e-mail: leocup2005@mail.ru, elenapak05@mail.ru

НАПИТКИ ФРУТИНГ – ИДЕАЛЬНЫЙ ТОВАР ДЛЯ ВЕНДИНГА

Фрутинг – уникальный продукт. Это безалкогольный негазированный сокодержательный напиток с кусочками фруктов.

Фрутинг – негазированный напиток, а значит он полезнее для здоровья, чем сладкие воды или лимонады. Он отлично утоляет жажду. Но, в отличие от соков, **Фрутинга** хочется пить много. Для **Фрутинга** характерен высокий процент повторной покупки, что еще раз доказывает его привлекательность для покупателя.

Напиток хорошо реализуется не только в магазинах и сетях фаст-фуда, но и в местах отдыха и развлечений и имеет успешную историю продаж в торговых автоматах.

Фрутинг представлен в 2 видах упаковки:
в жестяных банках (238 мл) и ПЭТ бутылках (430 мл).



В КАЖДОМ ГЛОТОЧКЕ - ФРУКТОВЫЕ КУСОЧКИ!

«А-T Trade Food & Beverages»

Тел: (495) 589-2010 E-mail: info@at-trade.ru

Лояльные покупатели – залог успеха вендинговых сетей

Loyal buyers as a pledge of vending net's success

Екатерина Полушина, Генеральный директор ООО «Группа Вендорус» (Москва)

Our regular author, **E. Polushina**, **Vendorus Group CEO**, discusses the question of clients' loyalty as a function of their satisfaction by the vending machines they get in contact with, as well as the main prerequisites and components of that nice feeling.

Торговые автоматы уже перестали быть диковинкой. Удобство и простота общения с железным продавцом оценили многие покупатели. Предприниматели все чаще обращают свое внимание в сторону автоматического сервиса как способа эффективной диверсификации бизнеса.

Компаний, предоставляющих услуги вендинга, все больше. Усиливается и конкуренция за места установки автоматов, и на первый план выходят вопросы лояльности потребителей и их удовлетворенности предоставляемыми услугами.

Наш рынок в России молод и настоящей приверженности каким-либо компаниям или брендам в вендинге еще нет. Формирование такой приверженности требует времени и серьезных усилий. Те, кто решит эту задачу первым, получит огромное преимущество.

В условиях, когда на рынке вендинга предлагается много однотипных услуг по установке, чаще всего – кофейных автоматов, причем практически на одинаковых условиях, с примерно одинаковыми ценами на напитки, лояльность приходится завоевывать исключительно качеством оказываемой услуги.

Все операторские компании хотят быть успешными, иметь эффективную сеть автоматов и, в конечном итоге, обеспечить стабильность собственного бизнеса. Много уже писали и о качестве оборудования, о хороших местах, отличных ингредиентах и т.д. Но, имея все предпосылки для успеха, можно, тем не менее, ошибиться в удовлетворенности клиентов – потерять их.

Сегодня довольно много говорят об удовлетворенности и лояльности клиентов. **Лояльность** –

это преданность клиента определенному поставщику товаров или услуг, определенной торговой марке. Круг лояльных клиентов – это настоящий капитал предприятия, который невозможно накопить сразу, но только благодаря длительной и аккуратной работе.

Известно, что расходы компании на завоевание новых клиентов примерно в 10 раз превышают расходы на укрепление уже существующей клиентской базы. Более того, начиная с какого-то момента постоянные клиенты начинают рекомендовать аналогичные автоматы и Вашу компанию другим потенциальным клиентам.

У каждого нашего потребителя есть определенные ожидания от нашей услуги. Покупатель подходит к автомату, чтобы:

- без очереди получить горячий (или холодный) напиток,
- получить вкусный продукт,
- получить его быстро и без проблем.

Если Ваш автомат реализует ожидания покупателя пол-

ностью, то Вы, возможно, приобрели клиента, который будет продолжать пользоваться услугами Ваших автоматов. Если до этого у клиента был негативный или не самый позитивный опыт пользования автоматами, то, возможно, теперь этот клиент будет искать автоматы похожего вида или Вашей компании.

Действуя последовательно, мы можем изменять свойства услуги и ее качество, что влияет на то, как клиент воспримет оказанную ему услугу. Однако на окончательную оценку нашей услуги влияют и независимые от нас факторы.



Екатерина Полушина
Генеральный директор
ООО «Группа Вендорус»
(Москва)

Можно выделить несколько наиболее значительных свойств услуги (в нашем случае — услуги по продаже товаров и напитков), влияющих на восприятие ее качества:

● **Точность и ответственность** — способность поставщика услуги точно и надежно выполнять свои обещания. Т.е. наши автоматы всегда должны быть с товаром, стаканчик должен всегда выдаваться, напиток должен быть качественным и вкусным. Если в своих рекламных буклетах Вы сообщали об ароматном кофе, то выдаваемый автоматом напиток должен быть действительно с ароматом. Оператор должен подъезжать в соответствии с установленным графиком и внимательно следить не только

за ассортиментом и техническим состоянием автомата, но и за его чистотой. Для вендинга точность и ответственность имеет особое значение. Это легко продемонстрировать на весьма обычном, но наглядном примере. Допустим, один из Ваших кофейных автоматов работает при стандартной выручке около 900 рублей в день. В выходные дни организация закрыта и автоматом пользуется только охрана. Если в начале недели в автомате произойдет сбой, который будет обнаружен оператором только через день, то и восстановление ежедневного объема выручки произойдет постепенно, динамика процесса будет выглядеть следующим образом.

Потери от последствий сбоя в работе автомата могут составить около 30% от обычной месячной выручки. Избежать этих потерь

несложно, если оператор работает аккуратно, внимательно следит за техническим состоянием автоматов, на них размещены наклейки с координатами операторской компании. Можно использовать и современные системы удаленного слежения и управления работой автоматов, например система Kilowatt (Испания).

● **Отзывчивость** — готовность идти навстречу пожеланиям клиента и выполнять их быстро и расторопно. Если Ваши клиенты захотели получить не только кофе и буллон, но и холодные коктейли, то имеет смысл постараться предложить для них приемлемое решение и дополнить автомат модулем для холодных напитков, что сегодня позволяют делать некоторые модели автоматов. И не забывайте информировать Ваших клиентов

о том, что происходит у Вас. Если Вы решили обновить парк автоматов или приостановить работу на лето, то согласуйте эти шаги с Вашими клиентами (в этом случае роль клиента выполняет представитель компании-арендодателя места установки).

А можно просто разместить на автомате объявление. И обязательно размещайте на своих автоматах наклейки с телефонами «горячей линии», причем на виду.

● **Честность и доверительность** — честность персонала и его способность соответствовать оказанному доверию. Ваши операторы должны

быть предельно внимательными и честными с клиентами. Хорошие отношения с персоналом организации, где установлен Ваш автомат, позволят в любой момент получить информацию о состоянии оборудования и необходимости быстрого приезда.

● **Внимание** — забота и индивидуальное внимание клиенту. Постарайтесь иметь в своем

ассортименте несколько моделей автоматов. Время, когда люди удовлетворялись просто растворимым кофе, уже прошли. Многие компании стремятся получить комплексную услугу — кофе и коктейль, круассаны и шоколад, сок и воду.

Кроме собственно покупателей продуктов из автоматов в качестве клиентов выступают и

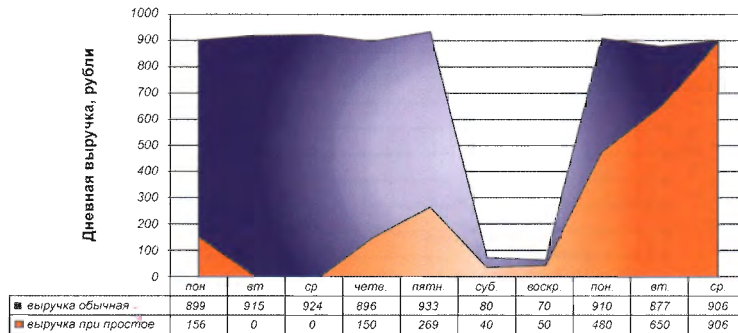


Рис. 1



Рис. 2

представители компаний-владельцев (или управляющих) мест, где установлены автоматы. Лояльность этой группы клиентов трудно переоценить. Если Ваши автоматы отлично работают, оператор регулярно подъезжает, покупатели довольны, то весьма вероятно, что Вас попросят разместить дополнительные автоматы (кофейные, снековые или иные) в этой же точке, а это позволит снизить затраты на обслуживание автоматов. И здесь на первый план выходят такие качества Вашей услуги, как **отзывчивость и внимание**, т.е. возможность предоставить именно ту услугу, которая требуется клиенту. В случае вендинга это может быть просьба разместить рядом с кофейным автоматом снековый или автомат с водой. Поэтому у операторской компании всегда должна быть возможность быстро докупить или арендовать необходимое оборудование, для чего важно иметь надежного и проверенного поставщика торговых автоматов, с достаточным складом оборудования и широким ассортиментом.

● **Материальные факторы** — дизайн оборудования, дружелюбный и понятный интерфейс, внешний вид персонала, автомобиль, на котором подъезжает Ваш оператор и прочие видимые атрибуты услуги.

Строя свою сеть торговых автоматов и ориентируясь на потребности и запросы клиентов, обязательно обращайте внимание на **материальный фактор**, а именно на дизайнерские и технические решения, примененные в автоматах. Часто начинающие вендинг-бизнесмены ориентируются только на низкую цену автоматов и получают сеть из неконкурентных машин. Такой путь построения бизнеса был как-то оправдан 3-4 года тому назад, но сегодня, когда компании стремятся к клиентоориентированному бизнесу, такой подход губителен. Тем более, что на рынке присутствуют не только морально устаревшие серенькие автоматы, продающие растворимый кофе, но и современные эффектные машины с гибкой системой программирования, классической технологией приготовления традиционного эспрессо, такие, как **Spengler DLH 607** или **Veneto 16, City LE**.

Особый фактор, влияющий на восприятие — цена. Хорошо известно, что на нашем рынке цены на предлагаемые напитки в кофейных автоматах примерно равны у большинства компаний. Причем, например, эспрессо стоит 10-12 рублей независимо от того, приготовлен ли он из растворимого кофе или сварен из натурального свеже-молотого зерна. Отсутствие ценовой дифференциации по исходным ингредиентам и качеству напитков приводит к путанице в восприятии автоматов клиентами и разочарованию при получении из автомата напитка совсем не того, на который рассчитывал покупатель.

Покупатель, подходя к авто-

мату, должен получить полную информацию о продукте, который он получит, а цена — это косвенный показатель качества продукта. В любом случае наш клиент ждет щадящих цен на напитки в автоматах, что вполне понятно — все-таки это одноразовый стаканчик и фаст-фуд.

Клиент, который получил из автомата именно то, что ожидал, быстро и без проблем, да еще хорошего вкуса, получает удовлетворение и с большой вероятностью вернется и станет постоянно пользоваться услугами вендинга. Причем не только сам, но и приведет с собой других. А это уже положительная репутация Вашего бизнеса. В сфере вендинга это фактор огромной, пожалуй, решающей значимости. Компания-оператор не сможет чувствовать себя уверенно без потока клиентов, постоянно обращающихся к услугам автомата. Именно они приносят успех.

Лояльность можно измерять готовностью и желанием клиента вновь обратиться к услугам автомата Вашей компании. Мы провели опрос клиентов с целью оценить степень их удовлетворенности и выявить зависимость между удовлетворенностью покупателей работой автоматов и их лояльностью к предоставляемой услуге. Причем опросы проводили как среди клиентов, покупающих товары, так и среди представителей компаний-арендодателей.

На диаграмме представлена степень лояльности клиентов (готовность продолжать пользоваться услугой) в зависимости от степени удовлетворения.

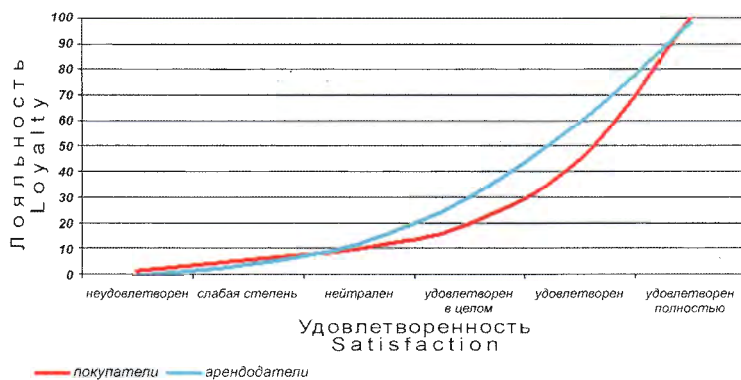


Рис. 3

Нелинейность этой зависимости приводит к простому выводу: для компании-оператора выгодно добиваться высокой степени удовлетворения клиентов, пользующихся автоматом именно в данном месте установки. Потому что только затраты усилий на получения высоких степеней удовлетворения приносят заметную отдачу в виде формирования круга лояльных клиентов, которые уже привыкли к автомату и пользуются его услугами постоянно. Если вы довольствуетесь нейтральными оценками ваших услуг, вам придется вновь и вновь искать новые места для автоматов, увеличивать сеть и затраты на ее содержание, чтобы получать новых клиентов, потому что старые не будут к Вам возвращаться.

Более того, лояльный клиент легче простит маленькое недоразумение (если оно вдруг произойдет) и не изменит своих привычек. Тут уже человеческий консерватизм будет работать на пользу вендинга, а не против него, как это часто бывает на начальных стадиях.

Крайне важным фактором для завоевания лояльности покупателей является и грамотное размещение автомата в помещении. Существует ряд особенностей поведения людей, которые неизбежно влияют на объемы продаж

из автоматов. Вы наверняка сталкивались с ситуацией, когда автомат установлен в месте с большим потоком потенциальных клиентов, а продажи невысоки. Проблема может крыться в том, что:

1. Вашу услугу (Ваш автомат) просто не замечают

Прежде чем остановить свой выбор на каком-либо оборудовании, постарайтесь точнее определить Вашу целевую группу клиентов и те места, куда планируете устанавливать автоматы. Если это будет крупный торговый центр, вуз или общественная зона офисного центра, то не пожалейте средств на приобретение автомата с яркой подсветкой передней панели, с привлекательной картинкой, информирующей о том, что находится внутри торгового автомата. Хороший пример — автомат Veneto (производства Azkoyen S.A.) из линейки, предлагаемой Vendorus Group; возможно интересные предложения есть и в ассортименте других производителей. Иначе Вам останется только удивляться,

почему к Вашему замечательному автомату никто не подходит, а у автомата Вашего конкурента — очередь.

Если Вы предполагаете устанавливать торговые автоматы в небольшие офисы (50-100 человек), где мало посетителей и основной покупатель — сотрудники, то хорош будет небольшой автомат с лаконичным, сдержанным дизайном, например City MzE (производства Azkoyen S.A.) или Kikko (производства Necta Vending Solutions). Такой автомат не отвлекает от работы, отвечая главному требованию — хороший кофе и безотказность; в этом случае Вы точно приобретете лояльных клиентов.

2. Торговый автомат установлен так, что покупателя могут толкнуть другие проходящие или он стоит на самом входе/выходе



Рис. 4

Я сама встречала автоматы, установленные перед самым выходом из крупного супермаркета, ясно, что, несмотря на большие потоки потенциальных клиентов, продаж в автомате было мало. Вряд ли покупатель супермаркета, катящий перед собой тележку, наполненную продуктами, и уже думающий о том, как все разместить в багажнике,

и о дальнейших своих делах, станет останавливаться в проходе, перегородив выход другим, чтобы выпить стаканчик кофе!

Те, кто входил в супермаркет, автомат просто не видели, т.к. он был у них за спиной. В такое место автомат можно не устанавливать, поскольку в результате он может вызвать только раздражение, и о лояльности покупателей говорить просто не придется.

Психологам давно известно правило, согласно которому при входе в помещение большинство людей поворачивает направо. Поэтому и автоматы будет разумно размещать справа от входа, чуть впереди по ходу движения, чтобы они были заметны и не мешали проходу.

Известный психолог А. Маслоу говорил: «Люди всегда чего-то хотят», наша задача понять, чего они хотят, и выполнить это желание. А для этого требуется внимание к запросам клиентов, обязательность и правильное размещение автоматов. Вы получите лояльных клиентов, которые и станут залогом Вашего успеха.



Takeout Venson

Когда хочется настоящего зернового кофе, приготовьте его в автомате «Венсон кофе-хаус».

Благодаря этой машине напиток приобретает изысканный вкус, аромат и стиль зернового кофе, а Вы – чувство комфорта.

Теперь с помощью автомата Venson легко насладиться зерновым кофе в любом месте и в любое время.

Нажмите кнопку «Венсон кофе-хаус» — и Ваш кофе готов.

Приобретя 4 ноября 2005 г. завод по производству торговых автоматов у компании "Samsung Gwangju", компания Lotte Engineering & Manufacturing вышла на лидирующую позицию в области производства торговых автоматов.

Venson Taste

- Вы можете наслаждаться глубоким вкусом и ароматом свежайшего зернового кофе.
- Вы можете выбрать себе вкус напитка с идеальными пропорциями кофе, сахара и сливок, просто нажав на нужную кнопку.
- Автомат способен привлечь широкий спектр клиентов продаж не только зернового кофе, но и разных национальных чаев и растворимых напитков.
- Имеется морозилка со льдом для продажи охлажденного зернового кофе.

Venson Technology

- За счет функции автоматической мойки кофе не загрязняется остатками предыдущей порции. Ускорена подача стаканчиков. Простой способ подачи воды снизу.
- За счет увеличенного водяного бака количество порций напитка гораздо больше, чем у других автоматов.
- Легкое управление автоматом с помощью индикатора, обозначающего неисправный узел.

Venson Style

- Яркий цвет и необычный дизайн привлекают Вас. Современный ЖК дисплей показывает весь процесс приготовления зернового кофе.
- Кнопки выбора меню и дисплей ярко светятся ночью за счет специальной подсветки.

WORLD FOOD MOSCOW 2006



26-29 СЕНТЯБРЯ, МОСКВА
«Экспоцентр» на Красной Пресне



15-я ЮБИЛЕЙНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И НАПИТКОВ

ВЕСЬ МИР ПИТАНИЯ ЗА 4 ДНЯ

4-я международная конференция World Food 2006
по продуктам питания и напиткам

Организатор:



ITE LLC Moscow
Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
E-mail: worldfood@ite-expo.ru



При поддержке:



Министерство
сельского
хозяйства РФ



Правительство
Москвы



Генеральный
информационный спонсор:



Официальный
информационный партнер:



Московская
Ассоциация
Предпринимателей



Информационная
поддержка:



История успеха



A story of success

Компания Gerhardt существует с 1969 г. Ее основатель, Якоб Герхардт, поначалу набирался опыта в качестве менеджера по продажам кофе-машин. И в семидесятые-восемидесятые годы основной специализацией компании была именно оптовая торговля кофе-машинами.

В 1990 г. было принято решение о разработке и производстве автоматов по продаже горячих напитков, а в 1994 г., после нескольких лет интенсивной работы, на свет появилась первая кофейная машина собственной разработки – GF 309. С самой первой модели отличительными особенностями автоматов Gerhardt стали простота эксплуатации и высококачественные материалы. С годами конструкция и дизайн непрерывно совершенствовались. Эта настойчивая работа в интересах клиентов и с учетом их пожеланий привела к тому, что компания стала одним из лидеров по качеству среди производителей автоматов в Германии и Европе.

Хотя в 2004 г. основатель компании Якоб Герхардт передал бразды управления своим сыновьям, Бернду и Ральфу, он и сегодня всегда готов оказать им помощь своим советом. Не останавливаясь на достигнутом, они постоянно вырабатывают новые концепции, воплощение которых в жизнь позволяет повышать качество и надежность машин. Кроме того, постоянно ведется работа по повышению уровня взаимозаменяемости узлов, которыми комплектуются различные модели машин Gerhardt.

The Gerhardt company already exists since the year 1969. Jakob Gerhardt, the founder was at first gathering experience as a commercial representative for coffee machines.

In the seventies and eighties the company was in the first place a specialized whole sale trade for coffee machines. In 1992 the decision to develop and manufacture hot drinks vending machines was taken.

So in 1994 after some years of intensive work the first own coffee machine GF 309 came into being. Already back then not only the easy handling but also the high quality of the used materials were convincing. Within the years the engineering was permanently further developed and the design was always more and more improved. The continuous work for and with the customers made Gerhardt to be one of the quality leading manufacturers in Germany and Europe.

Already 2004 the founder Jakob Gerhardt handed over the company to his two sons Bernd and Ralf – but is still around

whenever needed with his advice. Meanwhile the company

has more than 30 employees. Through continuous further development and intensive taking care of the customers there are always created new concepts and



Семья Герхардт, слева направо: сын Ральф, отец Якоб, сын Бернд.

Gerhardt family, from left to right: son Ralf, father Jakob, son Bernd.

Кофейные машины

Одним из современных требований к кофейным автоматам является наличие широкого ассортимента напитков. И даже самые маленькие машины модельного ряда Gerhardt, серия 4 с четырьмя или пятью канистрами для ингредиентов, предлагают большое разнообразие видов кофе. Еще шире ассортимент у серии 6 (с шестью контейнерами); эти машины снабжаются специальной рамой для настенного монтажа. Решение явно необычное, но иногда оно весьма кстати.





Б.Герхардт (слева) и В.Ракитский (Генеральный директор ООО «Фирма Валео»)

B.Gerhardt (left) and V.Rakitski (Director General, «FirmaValeo» Co).

Напольные автоматы серии 7 с семью контейнерами обладают самыми большими возможностями. Эти машины позволяют готовить также и холодные напитки и даже... газировку.

Разумеется, машины могут комплектоваться всеми существующими платежными устройствами на монетах и карточках.

С 2005 г. все торговые автоматы Gerhardt существуют в трех исполнениях: GI (растворимый кофе), GF (молотый кофе) и GE (зерновой кофе).

Сотрудничество с «ВАЛЕО»

Для компании с большим опытом разработки и производства машин, какой является Gerhardt-Automaten, логичным следующим шагом является расширение рынка продаж. В течение уже многих лет продукция компании пользуется неослабевающим спросом в ряде европейских стран. Выходя теперь на российский рынок, компания считает, что избранная ей в качестве генерального дилера в России фирма «Валео» является партнером, который имеет богатый опыт работы в вендинговом бизнесе и обширную клиентскую базу, а также привык мыслить категориями качества. Именно исходя из этого фирме «Валео» предоставлено эксклюзивное право реализации автоматов Gerhardt на территории России. В свою очередь «Валео» включилась в сотрудничество с предприятием Gerhardt исходя из хороших отзывов западных вендинг-операторов о его продукции, которую неизменно характеризует эксплуатационная надежность и простота сервисного обслуживания, высокое качество производимых напитков, строгий и представительный дизайн, характерный для машин премиум-класса. Все сказанное выше позволяет рассчитывать на хорошие перспективы автоматов Gerhardt на российском рынке.



The partnership with VALEO

With all the longstanding experience in developing and producing their own machines the logical step for Gerhardt company was in the end the extension of the sales market. For many years now the company is one of those sellers with great demand in a lot of European countries. With their new general dealer for the Russian market Valeo, Gerhardt has chosen an experienced partner who understands what thinking in quality means.

That is why Valeo has been granted an exclusive right to distribute Gerhardt vending machines at the territory of Russia. In its turn Valeo has joined in collaboration with Gerhardt enterprise basing upon good references from Western vending operators about its produce invariably characterized by the reliability, ease of service, high quality of the produced drinks and representative design – a characteristic feature of premium class machines. All above said allows to count upon good prospects opening before Gerhardt machines at Russian market.



Новый офис и демонстрационный зал компании Gerhardt-Automaten.
New office and show room of Gerhardt-Automaten Co.

www.gerhardt-automaten.de
www.valeofirm.ru

improvements which increase the quality and reliability of the machines. Also the work on the modularity of the machines is always improved which means one spare part is suitable for all types of Gerhardt machines.

The coffee machines

The demand for a great variety of speciality-coffees asks for a wide range of choices from the coffee machines. Even the smallest type of the series 4 machines, with 4 or 5 product canisters and numerous options offers a big variety of speciality-coffees.

An even bigger variety is offered by the series 6 with 6 containers and these machines are also equipped with a holder-frame for wall-fitting. Surely not ordinary but appropriate handy.

The free standing machine of the series 7 possesses with its 7 containers the largest capacity. This machine offers the advantage to prepare also cold drinks and even sparkling water.

Of course it is possible to connect all the current coin-checkers and card-systems.

Since 2005 all the Gerhardt vending machines are available in the three versions GI (instant-coffee), GF (fresh-brewed) and of course GE (bean to cup).



service



специализированные выставки

ПРОДвижение


Продукты и напитки. Торговое оборудование.
Упаковка. Этикетка.

Индустрия Сервиса


Оборудование и технологии.

18·21
октября

Тольятти 2006

При поддержке:  Охранное
обеспечение
«ФОРПОСТ»

Организатор:

 **ЭКСПО-ТОЛЬЯТТИ**
EXPO-TOLIATTI

Т.ф.: 8482 | 489459, 489870
Email: prod@expotol.ru
Http://www.expotol.ru



SHOP DESIGN RUSSIA

INTERNATIONAL EXHIBITION FOR SHOPFITTING, VISUAL MERCHANDISING, RETAIL TECHNOLOGY
 SEPTEMBER 26 – 29, 2006, MOSCOW, «EXPOCENTR»

- Shopfitting, Store Equipment, Building Technology
- Automation Systems in Retail
- Chilled and Frozen Food Display Cabinets
- POS-Marketing, Visual Merchandising, Sales Promotion
- Lights, Lighting Technology
- Communication and Information Technology
- Security Systems
- Sales Presentation
- Other Services

Organizers:



MESSE DUSSELDORF GmbH
 Postfach 101006, 40001 Düsseldorf, Germany
 Tel.: +49 (211) 45 60 01
 Fax: +49 (211) 45 60 7740
<http://www.messe-duesseldorf.de>



EXPO-PARK Exhibition projects
 119049 Russia, Moscow, Krymsky val, 10,
 Central House of Artists, office 165
 Tel./fax: +7 (095) 238 4500, 238 4516, 238 0953
 E-mail: lena.sunikova@expopark.ru, lena@expopark.ru
<http://www.expopark.ru>



Supported by:




General Information Partner:


Заметки от Рувендора

RuVendor

Notes from RuVendor

Подборка новостей мирового вендинга осуществляется компанией ООО «Рувендор» совместно с BDV – Германской вендинг-ассоциацией.

Мобильные телефоны через торговый автомат

Компания Vodafone установила в Великобритании первые автоматы для продажи мобильных телефонов



SAGEM myX-4



SAGEM myV-56



NOKIA 2600

Идея ведущего телекоммуникационного концерна Vodafone расширить пути сбыта мобильных телефонов, начав продавать их через торговые автоматы, была принята в вендинге с интересом.

Первые автоматы QuickPhone Kiosk были установлены в магазинах компании Vodafone в Манчестере. В будущем можно ожидать их появления в любом общественном месте, включая метро, вокзалы, аэропорты, торговые центры. Автоматы предлагают в своём ассортименте три разные модели мобильных телефонов, меняющиеся каждый месяц в соответствии с текущими трендами, а также SIM-карты. Для оплаты клиент имеет выбор между чип-, PIN-картой или наличными.

Телефонные торговые автоматы рассчитаны прежде всего на потребителей, которые точно знают, что им нужно, и хотят получить желаемый продукт, когда и где им это наиболее удобно. Иностранцы посетители и те, кому срочно понадобился мобильный телефон, также должны высоко оценить эту возможность.

Торговые автоматы QuickPhone были разработаны компаниями FAS и UTL специально для Vodafone UK, с использованием последних технологий компаний Vianet и Fujitsu Services. Автомат имеет четыре сенсорных экрана, купюроприёмник с выдачей квитанции, систему телеметрии, а также систему сигнализации и защиты автомата в случае попытки взлома. Кроме того, Vodafone постоянно получает информацию о продажах и наличии продукта в автомате независимо от его местоположения.

Данный пример – отличное доказательство тому, что возможности применения вендинговых автоматов в сфере розничной продажи технически неограничены.

The selection of global vending news has been performed by RUVENDOR company in collaboration with BDV – the German Vending Association.

Vending mobile phones

Vodafone company installed in the UK the first vending machines for selling mobile phones

The idea of Vodafone, the leading telecommunicator, to diversify its modes of selling mobile phones starting to use vending machine for this purpose, was met by the vending community with interest.

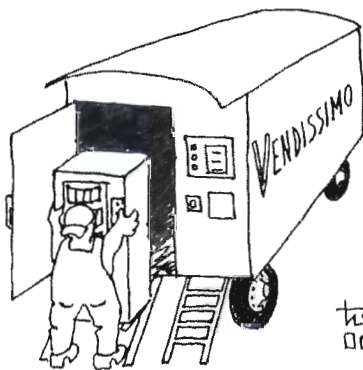
The so called QuickPhone Kiosks have been first installed at Vodafone shops in Manchester. In future their appearance can be expected at any public places like subway, railway stations, airports, shopping malls etc. The machines propose three different phone models changed monthly in accordance with the current trends plus the SIM-cards. To pay for his purchase the buyer can choose between chip and PIN-cards and cash.

The phone vending machines are meant for use by the consumers who know what they need exactly and want to get it when and where it is most convenient for them. Visitors from abroad and the people who are in

urgent need will also appreciate the possibility.

QuickPhone machines were designed by FAS and UTL companies specially for Vodafone UK using the latest technologies of Vianet and Fujitsu Services companies. The machine has four touch screens, a bill validator giving the receipt, a remote control system and an alarm system defending the machine in case of burglary attempt. In addition to this Vodafone is constantly informed on the purchases and the presence of the goods irrespective of the place the machine is installed.

This example is a good proof that the prospects of vending machines in the retail are technically unlimited.



В связи с большим спросом на автоматы для продажи телефонов разработаны автоматы для продажи автоматов для продажи телефонов.

To satisfy the growing demand for the vending machines selling phones new vending machines have been designed to sell the phones' selling machines.

Чертовски приятно узнавать и рассказывать о новых успехах вендинга. Так и подмывает расставить побольше восклицательных знаков, употребить побольше превосходных степеней, и все такое. Но не будем забывать, что и на Солнце бывают пятна. Поэтому, как нам представляется, материал по «Квикфонам» от Рувендора может быть хорошо дополнен миниобзором, составленным по материалам Интернет-СМИ.

В октябре прошлого года британская компания сотовой связи Vodafone представила новинку: в двух магазинах этой компании в Манчестере началась продажа мобильных телефонов и SIM-карт через вендинговые автоматы, получившие название Quickphone. Как декларировали представители западных СМИ, покупка мобильного телефона обещает стать теперь столь же простым и доступным в любое время суток делом, как покупка шоколадки или банки газировки.

Как считает Vodafone, главными клиентами автоматов станут люди, забывшие телефоны дома, а также приезжие, желающие сэкономить, не платя за роуминг.

Привлекательность такого решения очевидна. Однако у некоторых британских наблюдателей инициатива компании Vodafone вызвала серьезные опасения. По их мнению, устройства, которые способны анонимно продавать сотовые телефоны, являются настоящей находкой для террористов. Автоматы позволяют производить оплату не только с помощью кредитных карт, но принимают также и обычные банкноты, не оставляющие, естественно, информации о личности покупателя. По мнению специалистов, телефоны «из автомата» могут быть использованы в качестве устройств «секретной» связи для ячеек террористов, не говоря уже о том, что экстремисты получают мощный и эффективный детонатор, происхождение которого для полиции навсегда останется загадкой. Пока неизвестно, какие дополнительные меры в связи с данными опасениями предпримет компания Vodafone, но логика этих опасений очевидна. Напомним, что именно мобильные телефоны стали детонаторами взрывов в Мадриде. Террористов, которые стояли за организацией атак, удалось выследить именно по «телефонному следу». Краткие сообщения на сайтах, частично цитирующие друг друга, не дают ответа на ряд вопросов, лежащих, казалось бы, на поверхности. Например, таких:

– Что ограничивает ассортимент – число моделей, продающихся через автомат (сейчас их всего три)? Что мешает продавать через тот же автомат карты экспресс-оплаты, чтобы не пытаться в первом разговоре уложиться в тот фунт стерлингов, который оплачивается при покупке?

– Думал ли уважаемый Vodafone насчет возможности пополнения счета владельца телефона с того же автомата?

Конечно, часть этих вопросов снимается тем, что первые автоматы устанавливаются в специализированных магазинах. А что дальше?

Of course it is a great pleasure to learn and speak about the new successes of vending, feeling an urge to as much exclamation marks and use as much superlative degrees as possible. But let us not forget about the spots present even on the Sun. That is why we think the note about the QuickPhones can be supplemented well by a mini-digest below composed of materials fished from the web.

Last October Vodafone presented its novelty: two Manchester shops of the company started to sell mobile phones and SIM-cards using QuickPhone vending machines. As the Western mass-media declared, now buying a mobile phone is going to become as easy and accessible at any time as buying a chocolate bar or a fizzy can.

Vodafone considers the main clients of the machines will be the people who forgot their phone at home and the foreigners who'd like to save money not paying for roaming.

Attractiveness of the approach is evident. But some British observers have met this initiative cautiously. They are afraid the machines able to sell cellular phones anonymously are a real godsend for the terrorists. The machines allow to pay not only with the credit cards, but also with the banknotes, leaving, naturally, no information about the buyer's personality. According to some experts the vended phones can be used for secret communications, not to mention that extremists acquire a powerful and effective detonator the origin of which will stay forever a mystery for the police. It is not known yet what measures will undertake Vodafone in this connection, but the logic of these fears is quite clear, especially if we recall that mobile phones were used as detonators for the Madrid explosions. The terrorist organizers of the attack were traced using the phone trail.

No answers are given by the short web reports to some more or less evident questions, e.g.:

What limits the variety – the number of models vended by the machines (now they are only three)? What prevents selling by the same machine the express-payment cards as well? Now the client making his first call has to keep within the single pound paid at the purchase.

What is the honorable Vodafone thinking about the possibility to fill the client's phone account from the same machine.

Of course some of the above questions are withdrawn by the fact that the first machines have been installed at the specialized shops. But what will follow later?

Игроки – те же, игрушки – новые

Coca-Cola предлагает новый продукт

По официальным данным Coca-Cola собирается представить в Европе свой новый продукт – Coca-Cola Blak. Этот напиток, содержащий меньшее количество сахара и большее – кофеина, рассчитан на взрослых потребителей. Coca-Cola Blak предлагается в США с марта 2006 года и является основным компонентом новой стратегии концерна, тем самым реагируя на конкурента PepsiCo, который уже в конце прошлого года представил на рынке подобный продукт под именем Pepsi Max Cappuccino.

The players are the same, but the toys are new.

Coca-Cola proposes a new product

According to official data, the Coca-Cola Co. is going to introduce in Europe its new product – Coca-Cola Blak. The drink containing less sugar and more caffeine is intended for the grown-up consumers. It has been proposed for the grown-up consumers. It has been proposed in USA from March 2006 and is the main component of the new strategy of the concern reacting in this way to the initiative of its competitor – the PepsiCo, who introduced its similar product named Pepsi Max Cappuccino.

Рекордный год для Pepsi

По данным аналитической компании AC Nielsen, в 2005 году концерн PepsiCo Germany показал рекордный в своей истории результат по объёму продаж, заняв 10,4 % немецкого рынка прохладительных напитков и став самой успешной немецкой компанией в своём секторе. В этом году Pepsi собирается ещё больше усилить свою позицию. Шеф PepsiCo Germany г-н Готвальд не скрывает своего оптимизма о будущем росте компании: в данный момент Pepsi разрабатывает несколько новых продуктов, кроме того обдумываются новые стратегии в маркетинге.

Кроме собственных газированных напитков, PepsiCo собирается интенсивно заниматься развитием недавно купленного бренда Punica. Приобретение марки Punica значительно расширяет положение PepsiCo на рынке безалкогольных напитков Германии.

PepsiCo планирует выпуск напитков Punica в четырёх новых вкусовых вариантах, в том числе с повышенным содержанием фруктового сока. С помощью крупной рекламной кампании на телевидении и ряда других рекламных акций Pepsi рассчитывает на успешное продвижение новых продуктов. К тому же предложение напитков Punica и Pepsi через общие точки сбыта увеличивает шансы продажи новинок.

Если это – конкуренция, то что тогда кооперация?

Automated Transactions, производитель купюроприемников Smiley, решила расширить палитру своих продуктов, включив в нее монетоприемник RM5 итальянского производителя Comestero. Компания Comestero производит монетоприёмники, их комплектующие, а также монеторазменники для игровых автоматов и вендинга. Одновременно Comestero Group является многолетним клиентом Automated Transactions и успешно предлагает купюроприёмники Smiley в Италии и на других рынках. Включить монетоприемник RM5 в свой портфолио стало для Automated Transactions логичным развитием деловых отношений.

Столь тесное сотрудничество двух компаний позволяет их клиентам получать весь комплекс услуг – продажу, сервисное обслуживание и обучение клиентов – из одних рук.

Сильный вендинг в Японии – от тесноты?

Согласно последним данным, в среднем на 20 японцев приходится один вендинг-автомат. При этом средний японец оставляет в автоматах в 4 раза больше денег, чем американец. По мнению ряда экспертов, основной причиной такого успеха торговых автоматов в Японии является недостаток пространства. Поскольку японцы не имеют возможности хранить большие запасы продуктов дома, они все чаще прибегают к автоматам на улице.



Каждый, кто отгадает, что именно он пьет, получит ящик того, что он пьет.

Everyone who guesses what he is drinking will get a boxful of what he is drinking.

Record year for Pepsi

According to AC Nielsen analytical company, in 2005 PepsiCo Germany showed its top result in sales volume with 10.4% share of the German cold drinks market and became the most successful German company in the sector. This year Pepsi hopes to strengthen its position still more. Mr. Gottwald, the head of PepsiCo Germany, doesn't hide his optimism concerning the company's future: this moment Pepsi is developing several new products considering new marketing strategies.

Besides its own fizzy drinks, PepsiCo is going to develop intensely its newly bought Punica brand. Purchase of Punica trademark considerably broadens the position of PepsiCo at the German market of soft drinks.

PepsiCo plans to produce four tastes of Punica drinks, including those with increased contents of fruit juice. Now Pepsi expect to promote the new products successfully leaning upon intensive ad campaign at TV and some other actions. Moreover, proposing both Punica and Pepsi through the common outlets increases the chances of the new drinks' sales.

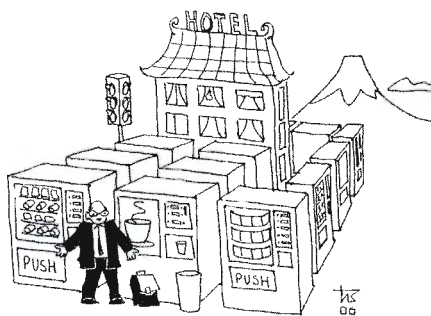
If it's a competition, then what is a collaboration?

Automated Transactions, the manufacturer of the Smiley bill acceptors, decided to broaden its range of goods including in it an Italian RM5 coin acceptor, produced by Comestero. The latter manufactures coin acceptors, their components and also changing devices for both gaming and vending machines. At the same time Comestero Group is a long-standing client of Automated Transactions and proposes successfully Smiley acceptors at Italian and other markets. To include RM5 coin acceptor into its portfolio was for Automated Transactions a logical development of the business relations.

Such a close cooperation of the two companies allows their clients to get the whole service package including selling, serving and teaching from the same hands.

Is the Japanese vending so strong thanks to cram?

According to the latest data, the specific number of vending machines in Japan corresponds to 20 persons per a machine. An average Japanese leaves in vending machines four times more money than an American. Some experts attribute such a success of the Japanese vending to the lack of space. Since the Japanese can't store much enough products at home, they have to rely upon the vending machines in the street.



Кто поможет бедному туристу найти свою гостиницу?
Who's gonna help the poor tourist to find his hotel?

РЫНОК БУМАЖНЫХ СТАКАНОВ ЖДЕТ ВАС!



Хорошая новость

Цель – будущее
Перспективный рынок
Лучшее оборудование

Темы консультаций

Реализация оборудования
Установка
Управление

Наша компания
имеет 32-летний опыт в области производства
бумажной посуды и гарантирует поставку
качественного южно-корейского оборудования.



WORLD VENDING, CO. LTD

Тел: (495) 930-5440

Факс: (495) 930-5075

www.worldvending.ru

E-mail: wvending@bk.ru

ГОТОВЫЙ БИЗНЕС БЕЗ ПРОБЛЕМ



доход в месяц

500-3000\$

окупаемость от

1,5 месяцев

АВТОМАТ ПРИЁМА ПЛАТЕЖЕЙ



- Требуется минимум Вашего внимания
- Удобный контроль работы через Интернет-страницу
- Лучшее предложение по соотношению цена/качество
- Вся помощь, обучение, пакет документов и сопровождение бесплатно
- Гарантированная прибыль

ЗВОНИТЕ СЕЙЧАС

(495) 107-9000

info@avtomaty.ru www.avtomaty.ru

г. Москва, ул. Садовническая, 78/5, офис 1



НАСЛАЖДЕНИЕ...

В ВЕНДИНГЕ С 1970 г.

Наши продукты идеальны для использования в торговых автоматах и предприятиях быстрого питания, включая офисные.

Мы предлагаем:

- 15 видов шоколада,
- смеси для приготовления капучино,
- толпинги,
- сливки,
- растворимый чай (черный, лимон, персик, блуторанж).

Цены? Например, Капучино Амаретто – 178 руб./кг.

КОНТАКТЫ

SATRO GmbH
Wiedenbrücker Straße 80
D-59555 Lippstadt

Tél.: +49 (0) 29 41/66 20
Fax: +49 (0) 29 41/66 21 52
www.satro.de

ПИКАДОР ВЕНДИНГ
Москва, 127221,
ул. Молодцова, 4А

тел.: (495) 505-34-30
факс: (495) 479-78-94
моб.: 8-926-532-41-32
e-mail: satrorus@rambler.ru

www.picadorvending.ru и www.1satro.ru



VEN
VEND EXPO RUSSIA

с 31 октября
по 2 ноября
2006

**Вендинговые технологии
XXI века!**

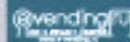
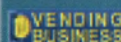
специализированный раздел выставки
“Купи брэнд”

Москва, Экспоцентр, павильон №3

www.vendingexpo.ru



HAAT



«Вендинговые технологии XXI века»



31 октября – 2 ноября 2006 года
Москва, Экспоцентр, павильон № 3
Организатор: «Экспофар», «BUYBRAND»

«VendExpo – Вендинговые технологии XXI века» – это новый ежегодный выставочный проект для компаний, чья деятельность связана с автоматизированной торговлей и услугами.

Чтобы использовать растущие инвестиционные возможности отечественных предпринимателей, необходимо эффективно продемонстрировать преимущества автоматизированной торговли, новых вендинговых технологий и бизнес-решений. Именно эти задачи решает выставка **VendExpo**.

Тематика **VendExpo** включает в себя все сегменты вендинг-бизнеса: торговые автоматы и наполнители; развлекательные и музыкальные автоматы; автоматы для бытового самообслуживания; платёжные терминалы; комплектующие и аксессуары; технологии оплаты и безопасности; лизинговые, финансовые и консалтинговые услуги для вендинговых компаний.

К участию в **VendExpo** приглашаются производители, разработчики и дистрибьюторы вендингового оборудования; операторы вендинговых сетей; производители и поставщики компонентов, продуктов и товаров для автоматизированной торговли; банки; лизинговые, страховые и консалтинговые компании.

Целевой аудиторией **VendExpo** являются частные предприниматели, руководители и топ-менеджеры торговых сетей, развлекательных, спортивных, выставочных и культурно-зрелищных комплексов, бизнес-центров, учебных заведений и предприятий транспорта и промышленности; управляющие отелями, кемпингов, курортно-оздоровительных и лечебных центров, салонов красоты; представители государственных учреждений.

Проект **VendExpo** открывается в этом году в формате специализированного раздела IV Международной выставки по франчайзингу «Купи Брэнд 2006», которая имеет высокий рейтинг в российском и зарубежном деловом сообществе. В 2005 году выставку посетили более 10 000 человек из России и зарубежья. Большинство из них – это представители среднего и малого бизнеса с инвестиционным потенциалом, нацеленным на вложение средств в новые бизнес-проекты. Наряду с франчайзингом, вендинг-бизнес, безусловно, будет представлять серьёзный интерес для частных инвесторов. В связи с этим в программу мероприятий выставки включен семинар «Автоматизированная торговля – возможности для малого бизнеса», в подготовке которого активное участие принимает Национальная Ассоциация Автоматизированной Торговли.

VendExpo – это новые деловые контакты и возможности для расширения бизнеса!

VendExpo – это высокоэффективная площадка для демонстрации вендинговых технологий и их преимуществ!

VendExpo 2006 – это начало ежегодных специализированных выставок «Вендинговые технологии XXI века»!

*“VendExpo – Vending Technologies of XXI century” is a new trade show project for the companies engaged in automated trade and services. To utilize the growing investment potential of the domestic entrepreneurs it is necessary to demonstrate efficiently the advantage of automated vending, its technologies and business solutions. That is the objective of **VendExpo**.*

*The subjects of **VendExpo** include all the aspects of the business: vending machines and ingredients; gaming and musical machines; machines for consumer services; payment terminals; components and accessories; technologies of payments and security; leasing, financial and consulting services for vending companies.*

*To take part in **VendExpo** are the manufacturers, designers and distributors of vending equipment; vending nets' operators; producers and suppliers of components, products and goods for vending; service companies; banks; leasing, insurance and consulting companies.*

*The target audience of **VendExpo** includes private entrepreneurs, top management of trade nets, entertainment, sport, exhibition and cultural complex, business centers, educational institutions, transport and industrial enterprises; managers of hotels, campings, health-resort and medical centres, beauty parlours; state institutions.*

***VendExpo** project is launched this year as a specialized section of the 4th International Franchising Exhibition “BuyBrand 2006”, having a high rating in Russian and foreign business community. Last year the exhibition was attended by more than 10, 000 people from Russia and abroad. Most of them represented middle and small business with investment potential aimed at new business projects. Side by side with franchising, vending business will certainly present a serious interest for private investors. That is why the program of the show includes a workshop “Vending and its opportunities for small business”, in the preparation of which National Vending Association of Russia participates actively.*

***VendExpo** means new business contacts and chances to broaden your business!*

***VendExpo** is a highly effective ground to demonstrate the technologies and advantages of vending!*

***VendExpo** is a start of annual specialized trade-fairs “Vending technologies of XXI century”!*

105066, Россия, Москва, ул. Ольховская, 4, офис 2
Olhovskaya, 4, office 2, 105066, Moscow, Russia
Phone/Fax: +7 (495) 647-0268
e-mail: info@vendingexpo.ru www.vendingexpo.ru

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

Начала свою работу Всемирная вендинг-ассоциация. В июле вышел первый номер WVA Newsletter, где рассказывается о первых шагах структуры, в которой на сегодня представлены 20 стран: 18 европейских (включая Турцию) и 2 страны американского континента: США и Бразилия. Идут переговоры о приеме Канадской вендинг-ассоциации (САМА), имеют место контакты с Японской ассоциацией производителей торговых автоматов (JVMA), у которой существовали традиционно тесные связи с EVA и NAMA.

WVA унаследовала от EVA офис в Брюсселе, президента Аугусто Гарулли, генсека Катерину Пьяну и несколько клерков, а от NAMA – вице-президента Эдди Хикса и казначея Ричарда Гирдса. Что немаловажно, молодая ассоциация получила в наследство обилие личных и корпоративных связей, одним из результатов чего является возможность участвовать в работе Международной конференции директоров монетных дворов (MDC). Последняя по времени из этих конференций, 24-я по счету, прошла в конце мая в Париже. По предложению WVA было решено организовать в рамках постоянно действующего Технического комитета MDC подкомитет по валидации монет и подкомитет по международному монетному каталогу и выработке рекомендаций, затрудняющих фальсификацию платежных средств. Кстати, по данным специального европейского комитета по борьбе с подделками (OLAF), за первых четыре года существования евро было выявлено около 350 000 поддельных монет, что не так много на фоне 63 млрд, находящихся в обращении. Со временем фальшивки становятся все более изощренными и их количество возрастает, так что задача затруднения и выявления подделок сохраняет свою актуальность.

Worldwide Vending Association

The recently formed Worldwide Vending Association has started its activities. The first issue of WVA Newsletter was published this July, informing the readers about the first steps of the structure representing 20 countries. 18 of them are European (including Turkey) and 2 are American (Brazil and the US). Talks concerning the admittance of the Canadian Automatic Merchandising Association (CAMA) are underway. There are contacts with the Japanese Vending Machine Manufacturers Association (JVMA) who traditionally had good ties with EVA and NAMA.

WVA inherited from EVA the office at Brussels, the President Augusto Garulli, CEO Catherine Piana and some clerks, and from NAMA – Eddie Hicks, the Vice President, and Richard Geerdes, the Treasurer. What is especially important, the young association has also inherited a lot of personal and corporate contacts; one of the results of it is a possibility to take part in the meetings of the Mints Directors Conference (MDC). The last of them, MDC 24, was carried out this May at Paris. According to WVA proposal, it was decided to set up within the frame of the constant Technical Committee two subcommittees: "Optimised coin validation" and another one to establish a "Checklist for new coin introduction" giving recommendations hampering faking coins. Judging by the data of the European Anti-Fraud Office (OLAF), in the first four years of the circulation of the euro coins about 350 000 counterfeit coins were discovered. It's not so much compared to the total number of circulating genuine coins (63 bn), but counterfeits are becoming more sophisticated and are produced in greater numbers, so the task of detecting them stays actual.



VENDING

ТОРГОВЛЯ БЕЗ ПРОДАВЦОВ

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



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

Говорят, что...

Брендировать, в принципе, можно все — начиная от продукта и кончая автоматом для его реализации. Пример первого — соки «Тонус», пример второго — автоматы Rheavendors, несущие в массы пропаганду Nescafe. Увидев автомат со знакомыми личиками подростков разной расовой принадлежности и столь же знакомым слоганом «UNITED COLORS OF BENETTON», начинаешь мучительно соображать: Что же там внутри? Фантазия не идет дальше предметов одежды (некрупных), обуви, галантереи, бижутерии, на худой конец, косметики. А вот и не угадали! Подходим ближе, читаем: «3 презерватива — 3 евро, 1 — 1 евро». И цвета самые что ни на есть бенеттоновские. Предлагает машины рынку вендинга (и здравоохранения) компания CODIC/Global Automatic Constructions, S.L. И правильно делает: в ЧЕЛОВЕКЕ все должно быть прекрасно. Это еще Чехов сказал.

По материалам журнала Hostel Vending,
29 (май-июнь 2006 г.), Испания.




They say that...

In principle, it's possible to brand anything you like: from a product to a vending machine selling it. An example of the former is "Tonus" juice, of the latter — Rheavendors machine carrying into the masses of consumers the idea of Nescafe. Having met a machine decorated with familiar faces of teenagers belonging to various races and with an as much familiar slogan "UNITED COLORS OF BENETTON", one starts to ponder, what could there be within. The fantasy doesn't go beyond dress subjects (of moderate size), shoes, fancy goods, bijouterie, perhaps, cosmetics. No, your guess is wrong! Come up closer and read: "3 condoms — €3, 1 — 1€". And the colors are just benettonian. The machines are proposed to the market of vending (and health) by the company called CODIC/Global Automatic Constructions, S.L. And they are quite right to do it, since the MAN must be equally beautiful from any side. It was Chekhov who said it first.

According to Hostel Vending magazine,
29 (May-June 2006), Spain.

ГОВОРЯТ, ЧТО... THEY SAY, THAT... ГОВОРЯТ, ЧТО... THEY SAY, THAT... ГОВОРЯТ, ЧТО... THEY SAY, THAT...

Automatic Products International - торговые автоматы
CashCode - банкнотоприемники
MEI - монетоприемники
Обучение персонала
Продажа и сервис

 CashCode®

AUTOMATIC PRODUCTS
INTERNATIONAL, LTD

A Higher Standard.

АвтоБар

ЗАО "Автобар"
www.avtobar.ru
info@avtobar.ru
Санкт-Петербург, Россия
тел/факс (812) 321 62 99; 590 73 88



mei



Несерьезно о серьезном Unseriously about the serious

Дмитрий Кисткин, менеджер по продажам компании «Вендленд» (Москва)
Dmitry Kistkin, sales manager, VendLand Co. (Moscow)

От автора: В данной статье представлено шутейное руководство по работе с торговым автоматом; думаю здравомыслящие люди разберутся что здесь к чему – хотя, конечно, в каждой шутке есть доля шутки.

From the author: This article was supposed to present a jocular instruction on management of vending machines. I hope soundminded people will understand what is what here – though, of course, every joke is only partly a joke.

Оплата за услуги по ремонту торговых автоматов и платежных систем есть важная составляющая в статье доходов нашей фирмы. Для сервисной компании это и не удивительно. Удивительно было бы, если бы мы это скрывали. Поэтому заинтересованность в частых поломках машин клиентов – это факт очевидный. Ввиду сказанного, для стимулирования поломок предлагаем владельцам машин серию руководств по быстрому выводу торгового автомата из строя. Рекомендации не предназначены клиентам, обязательства по гарантийному и абонентскому обслуживанию перед которыми несет компания «ВендлендСервис».

Сделаем еще одну предварительную оговорку. Торговые автоматы, сброшенные с высоты пятиэтажного дома, ремонту не подлежат. Поэтому подобные способы мы здесь не приводим.

Руководство первое (для тех, кто только желает стать вендором)

Вы находитесь в процессе выбора торгового автомата и его оснащения? Тогда Вам пригодится следующая информация.

Выбор торгового автомата

Скажем по секрету, что красная цена торгового автомата составляет \$1500. Обычно это автоматы, привезенные из-за границы, где они доказали преимущество европейской сборки, проработав не менее 8 лет. То есть, автомат уже проверен на эксплуатационную прочность. А что касается нового автомата, еще не известно, будет ли он работать вообще. Причем кота в мешке компании-продавцы предлагают не дешевле, чем за \$4000.

Выбор банкнотоприемника

Советуем серьезно прислушаться к мнению, что все банкнотоприемники практически ничем не отличаются друг от друга. Все они собираются на одном заводе в китайской провинции Хейлунцзян. Оттуда банкнотоприемники развозятся по мировым компаниям, которые занимаются поддерж-

The income from the repairs of vending machines and their payment systems is an important share of our company profits. That is not surprising in the case of a service company. It would be surprising if we tried to hide it. Therefore our interest in frequent disorder in the clients' machines is an evident fact. Keeping this in mind, to stimulate these disorders we present to the machine owners a series of recommendations on fast getting their machines out of order. The recommendations are not intended for the clients whose equipment is under guarantee and contract responsibility of VendLand Service Co.

And a one more preliminary reservation. Vending machines thrown down from the height of a 5-storey building are not intended for repair. Therefore this method (and the like) is not mentioned here.

Recommendation 1 For those who are only going to become vendors

If you are still in the process of choice of your vending machine and its components, the following information will be of great help to you.

The choice of a vending machine.

Let us tell you secretly: the real price of a vending machine lies within \$1500. These machines are used to be brought from abroad where they have proved the advantage of the European assembly having worked not less than 8 years. That means the machine has already been tested for its maintenance reliability. As for a new machine, nobody knows whether it will work at all. And this "tom-cat in a bag" is suggested by the dealer-companies at a price not less than \$4000.

The choice of a note validator

We advise you to treat seriously the opinion that there's practically no difference between various note acceptors, and all of them are assembled at the same plant in the Chinese province of Heilountzyan. From this plant the acceptors are supplied to all the world companies who are eager to support the prestige of their trade marks. They stick their labels to the validators, and only after this operation the prices become dif-



кой престижа своей торговой марки. Там на платежные устройства наклеиваются ярлыки принадлежности к определенной марке, и только после этого цена на них становится различной. Возникает вопрос: зачем покупать банкнотоприемник с дорогим лейблом? Не лучше ли приобрести недорогое устройство, с недорогой торговой маркой? Желательно, чтобы выбранный банкнотоприемник был несколько устаревшей модели; еще лучше, чтобы он уже был снят с конвейерного производства. К таким устройствам китайский производитель забывает вовремя выпускать обновления программного обеспечения. Нет ничего страшного в том, что такой банкнотоприемник принимает банкноты номиналом от 10 до 1000 рублей, причем только старого образца. Самое неприятное, что может произойти – растянутся карманы брюк рассеянного покупателя, который получит сдачу с 1000 рублей (если, конечно, в автомате окажется достаточно для этого монет). Зато цена платежного устройства становится символической.

Руководство второе (для вендоров-новичков)

Советы этого раздела окажутся особенно ценными, если Вы уже приобрели торговый автомат и приступаете к непосредственной организации эксплуатационного процесса.

Настройка торгового автомата

Начните знакомство с торговым автоматом с оригинальной инструкции производителя по эксплуатации. Обычно прилагающиеся инструкции не содержат русского перевода текста, поэтому предлагаем переводить инструкции самостоятельно. Чтобы сократить время этого скучного занятия, советуем отсканировать содержимое инструкции, распознать и полным текстом отправить его в электронный переводчик (подойдет, например, Promt XT). Далее просто выполняйте манипуляции по настройке автомата в строгом соответствии с получившимися инструкциями.

Подключение торгового автомата

Подключая торговый автомат к источнику электропитания, многие серьезно полагают, что розетка должна иметь соединение с нулевым проводом. Мы придерживаемся другого мнения. Во-первых, заземление лишит ваших клиентов возможности получить бесплатную порцию освежающего электрического заряда в дополнение к бодрящему напитку. Во-вторых, исчезают электромагнитные влияния на монетоприемник, при которых автомат редко выдает сдачу полностью (таким образом, Вы перестаете получать дополнительные доходы). В-третьих, пропадают отметины на корпусе автомата, которые оставляют эмоциональные покупатели в благодарность за оказанный сервис, и Вы не сможете оценить степень удовлетворения клиентов.

ferent. So why should one buy a bill acceptor with an expensive label? Wouldn't it be wiser to buy a cheap device under a cheap trade mark? It is very desirable that the chosen acceptor represented an old model, especially if its production has been cancelled. The Chinese manufacturer often forgets to supply in due time the upgraded software for such devices. There is nothing dangerous in the fact that such a validator accepts the bills from 10 to 1000 roubles, and only old-fashioned ones. The most unpleasant consequence of it would be that the pocket of the absent-minded buyer will get expanded if he gets his change from the 1000 roubles note (of course, if the machine possesses enough coins). But the price of the payment device will be a symbolic one.

Recommendation 2 For the novices in vending.

These advices will appear most valuable, if you have already bought your vending machine and are now engaged in the very process of organizing its maintenance.

Adjustment of the machine

Start to get acquainted with your vending machine from the original instruction manual supplied by the manufacturer. Such manuals usually do not contain the Russian translation, therefore we recommend you to do the translation by yourselves. To shorten the duration of this dull procedure, scan the full original text and enter it to your electronic translator (for example, Promt XT). Then perform all the adjustment procedure in strict accordance with the resulting text.

Connecting the vending machine

Connecting their machine to the power supply, many people seriously consider that the socket must be connected to the zero wire. We have the different opinion.

First, the grounding will deprive your clients of the possibility to receive a free portion of refreshing electric charge – in addition to their refreshing drink. Second, electromagnetic influence at your coin acceptor also disappears, and that deprives you of additional income originating from the malfunctioning of the acceptor. Third, you'll be not able to evaluate the degree of your clients' satisfaction, since they will give up the habit of leaving their marks of gratitude at the body of the machine, thanking you for presented service.

Recommendation 3 For the vendor users

Now you have put your machine into operation and are watching attentively the sales tendencies. Do you feel not fully satisfied with the return? Would you like to increase the pay-off making experiments with the ingredients used in



Руководство третье (для вендоров-пользователей)

Вы запустили в работу торговый автомат и внимательно следите за тенденцией продаж, однако Вас не совсем устраивает отдача от машины? Вы желаете ускорить окупаемость автомата путем экспериментов с его ингредиентным наполнением? Или Вы пришли к выводу, что точку установки автомата нужно менять на более прибыльную? Здесь мы даем советы именно по этой проблематике.

Заправка кофейного автомата ингредиентами

Частой проблемой для вендоров становится процесс замены порошковых ингредиентов, входящих в рецепт готовящихся в автомате напитков. Нам видится, что проблемы подобного рода не существует. Просто нужно смелее экспериментировать. Менять конфигурации напитков, увеличивать либо уменьшать их дозировки, и т.д.

Слабо продается кофе — засыпайте вместо него чай. Не идет гранулированный черный чай — попробуйте зеленый, листовый. Понадобилось снизить себестоимость напитка — перестаньте использовать покупную воду, переходите к водопроводной. Действуя подобным образом, Вы обязательно отыщете оптимальное соотношение цены и качества приготавливаемого напитка.

Перемещение торгового автомата

Здесь особенных сложностей нет. Единственное, что нужно сделать перед перемещением — это отключить торговый автомат от сети. Предварительная выгрузка и последующая загрузка содержимого отнимают много времени, так что подобная практика считается нами излишней. При перемещении кофейного автомата не произойдет ничего страшного, если из его гидравлической системы немного воды попадет на плату управления. Вода, как известно, не диэлектрик и хорошо проводит электричество, поэтому никаких задержек в электрических сигналах, управляющих работой автомата, не случится. Полезно также перевозить кофейный автомат с полным бойлером при отрицательных температурах воздуха. Вода в бойлере превратится в лед и аккуратно расширит его стенки. Так Вы получите бойлер большего объема, пропорционально чему увеличится и число порций напитков, приготавливаемых с одного нагрева.

Руководство четвертое (для вендоров продвинутых)

Ваш опыт обслуживания торгового автомата позволяет проводить самостоятельные диагностические работы? Вы могли бы сами устранять неисправности? Вот некоторые рекомендации по техническому обслуживанию автомата.

Поиск неисправностей в торговом автомате

Прежде всего, советуем избегать встреч с покупателями продукции из вашего автомата, когда тот находится в неисправном состоянии. Они пожелают рассказать Вам о произошедших в его работе сбоях. Покупатели редко указывают неисправность точно, а вот их домыслы не дадут Вам сосредоточиться на выяснении истинной причины сбоя. При диагностике следует придерживаться метода последовательного исключения. При включенном в сеть автомате проверьте надежность электрических контактов. Для этого достаточно размыкать и замыкать их один за другим. Если проблема не в контактах,

the machine? Have you come to the conclusion that the point of installation should be changed for a more profitable one? Here are the advices concerning just these problems.

Refilling your coffee machine

The process of recharging your machine with the powder ingredients used to cook the drinks becomes often a problem for the vendors. In our opinion it's not a problem at all. One should just be bold enough in his experiments, changing the proportions, doses, etc. Coffee becomes vended poorly — charge tea instead of it. Your granulated black tea stops to sell well — try green leaf one. You need to lower your costs — stop using bottled water to prepare the drink and change to the water from the mains. Acting this way you must come to the optimal correlation between the price and the quality of the drink you cook.

Moving your machine

There are no peculiar complexities here. The only thing that should be done before is to disconnect the machine from the power supply. Discharging and recharging are time consuming, so in our opinion you could do quite well ignoring such a practice. If in the process of moving your coffee machine you pour some water from its hydraulic system to the control plate, it is not so dangerous. As is known, water is not a dielectric, but a good conductor, so there will be no delays in propagation of electric signals controlling the operation of the machine. It is also useful to transfer your coffee machine with its boiler full of water at environment temperatures below zero centigrade. The water freezing in the boiler will accurately expand its walls, so you'll get a boiler of increased volume, proportionally increasing the number of portions prepared from the single heating cycle.

Recommendation 4 For the advanced vendors

Does your experience of maintaining the vending machine allow you to perform diagnostic operations independently? Could you try and eliminate its malfunctioning? Here are some service recommendations for you.

Detection of faults in the machine

First of all we advise you to avoid meeting the people buying the goods from your machine in case it is out of order. They may wish to tell you about its errors. The buyers indicate the exact faults rather rare, but their conjectures will prevent you from concentrating at the real cause. During the diagnosing procedure one should follow the method of consecutive elimination. The machine being connected to the supplies, check the reliability of electric contacts. To do this connect and disconnect them one after another. If the problem has nothing to do with the contacts, examine attentively all the electrically driven components. Turn these mechanisms by hand,

внимательно осмотрите все устройства с вращающимся электроприводом. Проверните вручную эти механизмы, при возможности преодолевая любое возможное сопротивление устройства. Снимите все подозрительные узлы и проверьте их работу, подводя к ним напряжение 220 В. Если узел заискрился, но не заработал, вставьте выбитые в помещении пробки, а затем попробуйте запитать механизм от напряжения 380 В. Помните, что автомат работает на частоте 50 Гц.

Выяснив причину поломки, переходите к ее устранению.

Устранение неисправностей

Необходимо понимать, что привлечение специалистов сервисного центра к ремонту поврежденных механизмов торгового автомата или платежной системы может продлить время простоя машины на неопределенный срок. Сколько придется ждать конструктивных решений медлительного инженера технической службы? Во сколько обойдутся расходы на оплату его услуг? А причина поломки может оказаться на поверхности. Поэтому лучше воспользоваться золотым правилом: спасение утопающих – дело рук самих утопающих. Разберите вышедший из строя механизм до составляющих деталей. Разборка значительно упрощается, если использовать пассатижи, кусачки и небольшую фомку. При необходимости что-то подклейте, что-то подпаяйте, проявите смекалку, вспомните уроки труда в школе. После этого соберите механизм и поставьте на прежнее место в автомат. Оставшиеся после разборки детали можно использовать впоследствии как запасные. Если механизм после сборки не подходит ни к одному техническому узлу машины, то просто переберите его снова.

Примечание

Надеемся, что данные рекомендации радикально повлияют на срок надежной работы Ваших автоматов. Будем рады видеть Вас в стенах нашего офиса.

overcoming, if necessary, any possible resistance. Take off all suspicious elements and check their functioning connecting them to 220V. If the element sparks, but stays idle, reswitch or change the safety plugs in the room, and then try and connect it to 380V. Remember that the nominal frequency of the machine supply is 50Hz.

Having revealed the cause of the failure pass to its elimination.

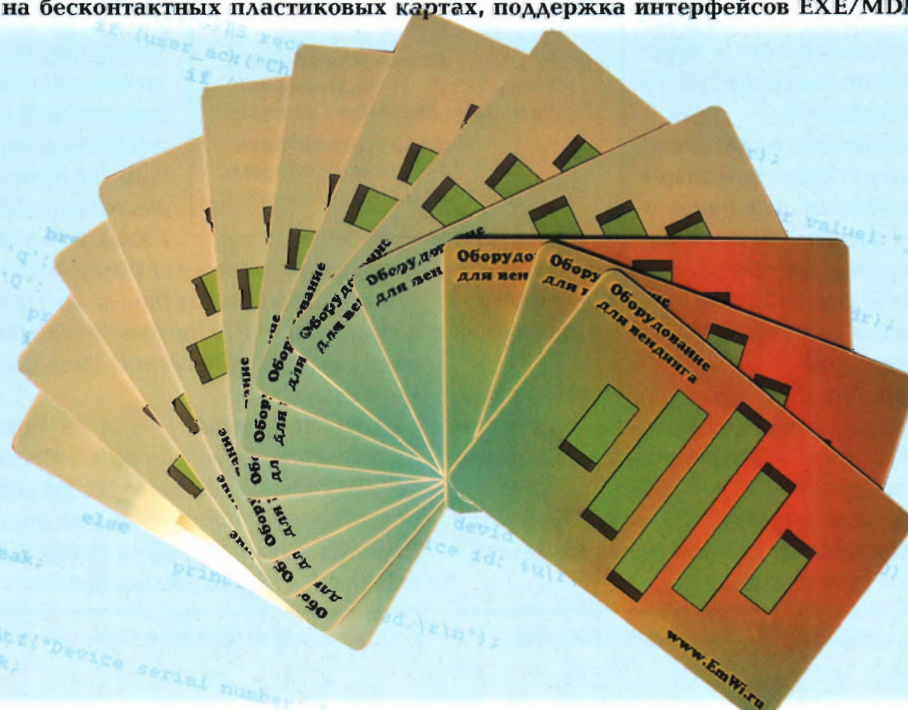
Elimination of the faults

One should understand that invitation of experts from the service centre to repair the damaged mechanisms of the vending machine or its payment system may extend the machine's idle time indefinitely. How long it will take waiting for the constructive decisions of a slow acting service technician? What will his actions cost you? And perhaps the cause of the failure lies open at the surface. Hence it would be better to use the golden rule: life-saving of those drowning is the task of the drowning themselves. Disassemble the malfunctioning mechanism to the very end. The procedure can be eased using instruments like cutter pliers, small bar and the like. If necessary, glue or solder, demonstrate your wit sharpness, recall you labour lessons at school. The details left unused after reassembly may be used afterwards as spare-parts. If the resulting mechanism doesn't fit any part of the machine, just repeat the procedure once more.

Note

We hope these recommendations will influence radically the duration of reliable work of your vending machines. We'll be glad to see you at our office.

Модуль безналичной оплаты для торговых аппаратов на бесконтактных пластиковых картах, поддержка интерфейсов EXE/MDB



Модули GSM-телеметрии, платы управления для торговых аппаратов

www.EmWi.ru

EmWi@EmWi.ru

+7-926-528-9157

РЫНОК ПЛАТЕЖНЫХ ТЕРМИНАЛОВ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ. MARKET OF PAYMENT TERMINALS AND ITS PROSPECTS

Компания METALLUX, где трудится автор, – современное промышленное предприятие. Одной из основных сфер деятельности компании является разработка и производство устройств самообслуживания, в т.ч. платежных терминалов. Выполняет полный цикл производства терминалов, начиная с создания дизайн-макета и заканчивая сборкой и тестированием готового устройства.

Сайт компании: www.metallux-k.ru
e-mail: ikurabtseva@bk.ru
тел./факс: (495) 730-10-77

Рынок платежных терминалов в России за последние несколько месяцев демонстрирует активный рост. Ежегодные темпы роста этого рынка составляют от 30% до 80% в зависимости от региона¹. По оценкам экспертов, в 2005 году объем оплаты услуг только мобильной связи через платежные терминалы составил 10,5 миллиардов долларов.

Бурное развитие рынка платежных терминалов можно объяснить тем, что данный вид бизнеса быстро окупается (сроки окупаемости от 3 до 6 месяцев) и является прибыльным для владельца терминала, а для клиента предоставляет возможность быстрой и удобной оплаты различного вида услуг. Кроме того, многие компании, которые раньше предоставляли услуги в сфере игорного бизнеса, в результате законодательных ограничений полностью либо частично диверсифицировали свой бизнес и переклюнулись на сегмент быстрорастущего рынка платежных терминалов.

На волне благоприятной макроэкономической ситуации в России происходит рост платежеспособности населения, а также увеличение выдачи банками потребительских кредитов. Данные факторы сыграли значительную роль в росте спроса на использование услуг платежных терминалов, а следовательно оказали влияние на рост данного рынка.

Платежный терминал (ПТ) – это устройство для приема наличных денег и проведения моментальных платежей за различные услуги – от оплаты услуг сотовой связи до коммунальных платежей.

В процессе оплаты услуг через ПТ вся информация и запросы, передающиеся по каналам связи, шифруются и обладают высокой степенью защиты.

METALLUX Company, where the author is employed, is a modern industrial enterprise. One of the main directions of the METALLUX activities is design and production of self-service equipment, including the payment terminals. It performs the full range of manufacturing terminals, from the initial design to assembly and final testing.

Contacts: web-site: www.metallux-k.ru
e-mail: ikurabtseva@bk.ru,
tel./fax: (495) 730-10-77.

The market of payment terminals in our country has been demonstrating violent growth in the last months. Annual growth of its volume amounts from 30 to 80% depending on the region¹. By experts estimates in 2005

only the volume of payments for mobile communication using the terminal reached \$10.5 bln.

This growth can be attributed to the fact that this kind of business is rapidly backpayed (in 3-6 months) and is profitable for the owner of the terminal; for the client the terminal provides the possibility of fast and convenient payment for various kinds of services. Also many companies engaged before in gaming/gambling business, as a result of legal restrictions made up their mind to diversify their business and switched to the fast growing sector.

At the wave of the favourable macroeconomic situation in Russia we evidence growth of

the payment potential of the population and consumption credits offered by the banks. These factors played a significant role in the growth of demands for the payment terminals' services and, therefore, in the growth of the sector.

Payment terminal (PT) is an apparatus accepting instant cash payments for different services – from the cellular communications to the housing. In the process of payment all information and inquiries transferred through the communication channels is coded and provided with a high degree protection.



Ирина Курабцева,
маркетолог,
компания **Metallux** (Москва)
Irina Kourabtzeva,
marketologist,
METALLUX Co. (Moscow)

¹ По данным исследовательского холдинга ROMIR Monitoring.

¹ Courtesy of ROMIR Monitoring research holding.

Схема оплаты за услуги с использованием ПТ выглядит следующим образом. Платежная система проверяет личные параметры клиента (номер мобильного или номер контракта), и после внесения денег клиентом выдает подтверждение приема платежа. Далее, сумма платежа списывается со счета владельца терминала и перечисляется соответствующему поставщику услуг. При этом, владелец терминала получает комиссионные от поставщика услуг (около 2%) и от клиента (3-5%).

На оплату услуг через ПТ оказывает влияние фактор сезонности. В январе, например, наблюдается значительный спад платежей по сравнению с другими месяцами. В течение месяца пики платежей приходятся на первые и последние числа месяца. Это связано с тем, что в этот период многие клиенты оплачивают услуги сотовой связи. В течение недели клиенты наиболее активно оплачивают услуги в пятницу, чтобы успеть пополнить счета перед выходными.

По своему внешнему виду платежный терминал напоминает банкомат, но основное отличие от банкомата в том, что он не выдает, а только принимает наличные средства. Терминал оснащен специальным сенсорным дисплеем, с помощью которого клиент может взаимодействовать с графическим интерфейсом терминала, например, вводить номер телефона или счета, на который он желает зачислить деньги.

Для терминалов российского производства с применением иностранных комплектующих диапазон цен в среднем колеблется от 100 до 200 тыс. рублей. Для сравнения, стоимость банкомата с функцией cash-in (внесения наличных денег) составляет в среднем около 700 тыс. рублей.

Именно эта значительная разница, а также слишком медленное превращение пластиковых карточек в средство оплаты товаров и услуг и породили на рынке бум платежных терминалов.

В настоящее время участников рынка интересует вопрос о степени насыщения рынка ПТ в Москве. По темпам роста, а также количеству игроков на рынке можно утверждать, что рынок Москвы уже близок к насыщению.

Сейчас многие операторские сети проявляют все больший интерес к региональному рынку, который практически не освоен. Следует учитывать тот факт, что в регионах сроки окупаемости терминалов выше, чем в Москве, и поэтому необходимо рассчитывать на более длительный срок окупаемости оборудования.

Оценка макроэкономической ситуации

Ситуация на рынке ПТ и активность развития этого сегмента рынка тесно связаны с развитием экономики России в целом.

Также следует отметить, что увеличение доли безналичных операций на рынке массовых повседневных платежей населения и развитие рынка платежных карт, в свою очередь, окажет существенное влияние на улучшение макроэкономических показателей, за счет:

- Достижения прозрачности финансовых потоков;
- Роста налогооблагаемой базы;

The payment scheme looks usually as follows. Firstly, the payment system checks the client's personal parameters (number of the mobile phone or the contract) and after the client inserts the money confirms the payment. Then, secondly, the payment sums is subtracted from the account of the terminal owner and sent to the corresponding supplier of the services. As for the terminal owner, he gets his commission from the supplier (ab.2%) and from the client (3-5%).

The volume of payments through PT is influenced by the season factor. For example, in January the payments decrease compared to the other months. During the month the payments' peaks correspond to the first and the last days of the month, since in this period the clients are most active in paying for their mobile talks. Within the week the clients are most active on Friday, to fill their accounts before the weekend.

As for its appearance the PT resembles the bancomate; their main distinction is that the PT does not give money but only accepts it. It is usually equipped with a touch screen used by the client to counteract with the graphic interface, for example, to enter his telephone number and the account before inserting his banknotes into the acceptor.

Average Russian-produced terminals employing foreign-made parts usually cost from 100 to 200 thousand roubles. Compare it with a bancomate with cash-in function that costs averagely about 700 thou roubles.

It is this difference plus rather slow transition of plastic cards into the means to pay for goods and services has caused the PT boom mentioned above.

Today the market participants feel interested in the degree the PT market in Moscow is saturated. Judging by the growth rate and by the number of the sector players the Moscow market is undoubtedly close to saturation. That's why many of operating nets are investigating the regional markets. But those who are going to conquer them should take into account the fact that the payback time in the regions is usually longer than in Moscow.

The estimate of the macroeconomic situation

The situation at the payment terminals' market and the activity of this segment development are tightly bound to the development of the Russian economy as a whole. It should also be noted that the growth of the cashless operations share at the market of the mass everyday population's payments and the development of the plastic cards' market will influence significantly the improvement of the macroeconomic indices because of:

- Achievement of the financial flows' transparency;
- Growth of the taxed base;
- Active attraction of the population's money to the economy;
- Decrease of the state expenses used to support the cash circulation.

- Активного привлечения средств населения в экономику;
- Сокращения государственных расходов на поддержание наличного обращения.

Чтобы оценить перспективы развития рынка платежных терминалов, рассмотрим влияние основных макроэкономических показателей и их прогнозные значения до 2008 г.

Среди основных тенденций социально-экономического развития России в 2006-2008 годах следует отметить благоприятные макроэкономические факторы, которые являются базой для прогнозирования роста платежеспособного спроса населения, оказывающего влияние на увеличение востребованности услуг моментальных платежей:

- Рост цен на основные виды сырья: нефть, металл;
- Рост ВВП на 25,3% за период 2006-2008 гг. (П)²;
- Опережающий рост доходов населения по сравнению с темпами роста ВВП;
- Снижение инфляции к 2008 г. до 6,4 % (П);
- Ожидается, что валовой отток капитала из частного сектора постепенно начнет сокращаться.

В то же время необходимо сказать и о факторах риска, которые могут отрицательно повлиять на реальное состояние платежеспособного спроса:

- Зависимость финансовой системы и производства от внешней конъюнктуры;
- Сохранение технологической и инновационной отсталости;
- Риск политической нестабильности во взаимоотношениях власти и бизнеса.

Ситуация в России характеризуется растущим стабилизационным фондом, увеличением золотовалютного запаса, ростом ВВП. Однако, в результате выхода значительной денежной массы на внутренний рынок (увеличение заработной платы бюджетным служащим), за первые месяцы 2006 г. произошел сильный скачок инфляции в 4%, что может сказаться на превышении заложенного в бюджете годового уровня инфляции.

Структура российской экономики делает ее заложницей нефтегазодобывающей промышленности. Учитывая возможные сценарии изменения уровня цен на нефть, по данным Минэкономразвития РФ в среднесрочной и долгосрочной перспективе сохранится положительная тенденция устойчивого роста ВВП.

На Рис. 1 приведена динамика роста номинального ВВП (в млрд. \$), начиная с 2004 г., а также прогнозные показатели роста ВВП до 2008 г., исходя из сценария умеренных темпов экономического роста³.

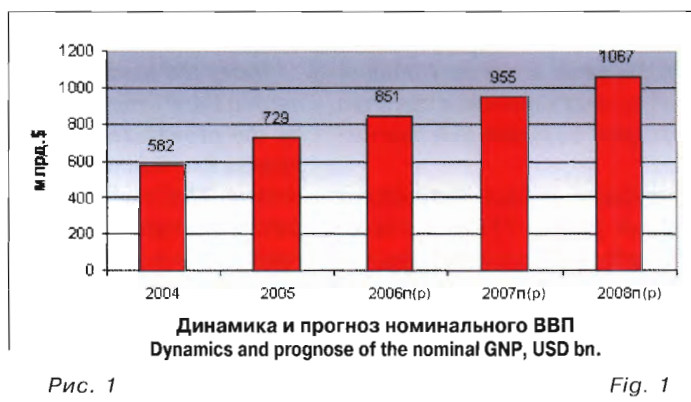


Рис. 1

Fig. 1

To evaluate the prospects of the payment terminals' market development, let us consider the influence of the main macroeconomic factors and their prognosed values up to 2008.

Among the main tendencies of the social-economic development of Russia for 2006–2008 some favorable macroeconomic factors are to be noted, that form the base for prognoses of the population's solvent demand influencing, in its turn, the growth of the demanded momentary payment services:

- Growth of the prices of the main raw materials (oil, metals);
- Growth of the gross national product by 25.3% for the 2006-2008 period (P-prognosed)²;
- Forestalling growth of the population's incomes compared to growth of the GNP;
- Decrease of the inflation to 2008 down to 6.4% (P);
- It is expected that the gross capital outflux from the private sector will start to decrease.

At the same time it is necessary to mention the risk factors that can influence negatively the state of the popular demand:

- The dependence of the financial and the production systems on the external conjuncture;
- Conservation of the technological and innovational backwardness;
- Risk of political instability in the relations between the state and the business.

Today the situation in Russia is characterized by the

growing stabilization fund, the growth of the gold and the hardcurrency stock, GNP growth. But because of the appearance of a substantial money mass at the inner market (because of the state employees salaries growth) during the first months of 2006, a strong (4%) inflation jump took

place, which can lead to the inflation growth beyond the planned annual level.

The structure of the Russian economy makes it a hostage of the oil and gas industry. Nevertheless, taking into account possible scenarios of changing oil prices, Ministry of economic development of RF thinks it possible that the positive tendency of GNP will stay stable in the middle- and long-term perspective.

Fig. 1. demonstrates the dynamics of nominal GNP growth (\$bn), starting from 2004, as well as prognosed data till 2008, based on the scenario of moderate economic growth³.

² По данным Минэкономразвития РФ, ФК «УРАЛСИБ»

³ По данным Росстата, ФК «УРАЛСИБ»

² Data of RF Ministry of Economic Development and URALSIB financial corporation.

³ Data of Rosstat and URALSIB FC.

В настоящее время по объему иностранных инвестиций Россия все еще отстает от соседей из Центральной и Восточной Европы, хотя инвестиционная привлекательность российской экономики в настоящее время чрезвычайно высока.

Повышение суверенного кредитного рейтинга России международным рейтинговым агентством Standard&Poor's до «инвестиционного» будет способствовать росту деловой активности иностранных и международных компаний, что приведет к увеличению их доли в структуре спроса.

К 2008 г. прогнозируется снижение инфляции до уровня 6,4 %. Следует отметить, что чем выше цены на нефть и больше приток средств в экономику, тем будут менее эффективны меры по контролю над ценами. С учетом базового сценария развития экономики темпы потребительской инфляции должны постепенно снижаться, но к 2008 г. они все равно останутся выше 6%.⁴

Продолжает расти уровень потребления, уровень финансовых вложений в экономику за счет благоприятной конъюнктуры на мировом рынке сырьевых ресурсов, отмечается рост заработной платы и развитие рынка потребительского кредитования. Рассмотренные макроэкономические факторы оказывают положительное влияние на динамику развития рынка платежных терминалов в России.

Демографическая ситуация

Среднегодовая численность постоянного населения ежегодно сокращается на 0,6 млн. человек. Естественная убыль населения России будет замедляться с 5,4 до 5,1 промилле (число смертей на 1 тыс. жителей) в год.

Одновременно будет наблюдаться качественное изменение в составе населения, связанное с сокращением прироста населения в трудоспособном возрасте. Вследствие постепенного старения населения России потребуются дополнительные финансовые расходы государства на выполнение социальных обязательств по пенсионному и социальному обеспечению.

В среднесрочной перспективе увеличивающийся положительный миграционный прирост населения будет более чем на 20% компенсировать абсолютное сокращение численности населения из-за естественной убыли⁵.

- Общая макроэкономическая ситуация в России характеризуется тенденцией роста реальной платежеспособности населения, что увеличивает потребление товаров и услуг.
- В то же время, отток денежных средств из страны негативно влияет на цены и уровень спроса. Но существующая тенденция к сокращению объемов оттока капитала, уменьшение инфляции и рост ВВП, может свидетельствовать о реинвестировании российскими компаниями в экономику своей страны.
- Прогнозируется активное развитие рынка банковских автоматизированных платежей, в связи с реальным увеличением доли потребительского кредитования населения.

⁴ По данным Росстата, ФК «УРАЛСИБ».

⁵ По данным Минэкономразвития РФ.

Продолжение следует

Investment attractiveness of the Russian economy is nowadays extremely high, though by the actual volume of foreign investments Russia is still behind its neighbours in the Central and Eastern Europe.

Increasing the sovereign credit rating of Russia by the Standard&Poor international rating agency up to the "investment" level will assist the growth of business activity of foreign and international companies, increasing their share in the demand structure.

A decrease of inflation down to the level of 6.4% (per year) is prognosed for 2008. It is to be noted the higher will be the oil prices and the greater will be the currency inflow to the economy, the less efficient will be the measures to control the prices. Taking into account the basic scenario of the economy development, the consumption inflation will grow slowly, though it will stay still higher than 6% at 2008⁴.

The level of consumption continues to grow, as well as the level of financial investments to economy thanks to the favourable situation at the world market of raw materials' resources. Also experts note the growth of salaries and development of the market of consumer credits. The macroeconomic factors considered above influence positively the dynamics of PT market development in Russia.

Demographic situation

Average number of the constant inhabitants decreases by 0.6 mn people per year, though there is a hope that the natural loss of the population in Russia will slow down from 5.4 pm to 5.1 pm (annual number of deaths per 1 thousand people) per year.

Simultaneously some qualitative changes in the population structure will be witnessed because the growth of population in the fit-for-work age will slow down. Because of the gradual aging of the population Russia will need some additional expenses to fulfill its social obligations concerning pensions and other kinds of social maintenance.

In the middle-term perspective the growing migration population inflow will compensate for more than 20% the absolute population contraction because of the natural loss⁵.

Summing up:

- General macroeconomical situation in Russia is characterized by the tendency of the growing real payment potential of the population, increasing the latter's consumption of goods and services.
- At the same time the currency outflow influences negatively the prices and the demand level in the country. But the existing tendency of decreasing the volume of capital leaking out, lowering inflation and growing GNP may witness that the Russian companies are reinvesting into the countries economy.
- In connection with the growing share of consumer crediting of the population active development of the automatic bank payments may be prognosed.

⁴ Data of Rosstat and URALSIB FC.

⁵ Data of RF Ministry of Economic Development.

To be continued



Идя навстречу пожеланиям читателей, редакция журнала приняла решение об издании до конца 2006 г. справочного каталога «**Российский вендинг 2007**» по автоматизированной торговле товарами и услугами, содержащего информацию о представленном на российском рынке торговом оборудовании (вендинг-машинах), его компонентах, комплектующих и аксессуарах; товарах, предназначенных для реализации через автоматы; ингредиентах, служащих для приготовления напитков; видах услуг, оказываемых автоматами. Публикация технических характеристик оборудования, товаров и ингредиентов производится бесплатно; материалы компонуются в каталоге по фирмам-производителям и снабжаются информацией о том, через какие фирмы-дистрибьюторы товары могут быть приобретены. По желанию производителей, дистрибьюторов и

вообще всех фирм, имеющих отношение к автоматизированной торговле, в каталоге могут быть помещены на платной основе их рекламные модули. Каталог будет снабжен системой предметного поиска, позволяющей без перебора подряд всех производителей отыскать товар нужного типа и назначения. Планируется выпуск каталога в двух вариантах: печатном (приблизительно формата А5, тираж – 600 экз.) и электронном (на компакт-дисках, в формате PDF).

В связи с этим редакция обращается с просьбой к компаниям, желающим принять участие в бесплатных и платных публикациях, до 15 сентября сообщить об этом по адресу editor@vendingbusiness.ru; до 20 октября выслать текстовый материал в Word'e, объемом до 700 знаков на вид продукции, сопроводив его (по желанию) фото образцов; в срок до 1 ноября (после уточне-

ния формата страниц) направить в электронном виде макеты рекламы. Технические требования к иллюстративному материалу аналогичны журнальным. Количество рекламных модулей одной компании не ограничено.

Стоимость публикации одного полноцветного модуля – €300.
Стоимость публикации двоярного модуля (разворот) – €500.
Стоимость публикации на 2-ой, 3-ей и 4-ой страницах обложки – €600.

Отпускная цена каталога ожидается порядка 500 руб. и будет уточнена после окончательного определения объема издания.

В дальнейшем предполагается переиздавать каталог ежегодно, внося в него исправления и дополнения, отслеживая изменения на рынке.

About issuing of a supplement to the magazine published at the site www.vendingbusiness.ru

Meeting the wishes expressed by its readers, the editors decided to publish before the end of 2006 a reference catalogue "**Russian Vending 2007**" on automatic selling goods and services, containing information about represented at the Russian market vending machines and their components and accessories; the goods to be vended; the ingredients used to prepare the drinks; kinds of the services rendered by the machines. The technical characteristics of the equipment, goods and the ingredients will be published free of charge; these materials will be classified according to the manufacturers and supplied with the information about their distributors. In accordance with the wishes of the manufacturers, distributors and, speaking generally, of all the companies

relating to automatic trade, their paid ads can also be published in the catalogue. The catalogue will be provided with a search system allowing to find any good of the needed type and the purpose without looking through all the producers present.

The catalogue is planned to be published in two variants: the printed one (size A5 approximately; circulation 600 copies) and the electronic one (CDs, PDF format).

In this connection the editors ask the companies wishing to take part in the free and paid publications to inform us of it using e-mail editor@vendingbusiness.ru before September 15; before October 20 send the text information (Word, <700 symbols per sample), accompanying it (if you prefer) with a photo; before November 1 (after the final

decision on the page size) sent the electronic versions of the ads. The technical requirements to the pictures are the same as in the magazine. Number of ads from the same company is unlimited.

The price to publish a full-colour ad module is €300.
The price to publish a double module (two pages) – €500.
The price of ad publication at the 2nd, 3d and 4th cover pages – €600.

The selling price of the catalogue will be about 500 rbl (to be defined more exactly after the final evaluation of the volume).

Later we plan to reprint the catalogue annually, updating it and making necessary corrections and additions.

В номере упомянуты фирмы и бренды:

Автобар (41)
Автоматические транзакции (8)
Агентство ПАРК.РУ (3)
АйБиЭф Групп (5)
Алекс (11)
Атакент-Экспо (20)
Валео (14)
Венда (28)
Вендленд (11, 42)
Вендорус (Обл. II, 24-27)
Глобал Автоматторг (28)
Джусмастер (3, Обл. IV)
Казахстанская вендинговая компания, К.В.С.(20-21)
Крокус Экспо (6)
Леокап (22)
Мегалит Элком (9)
Металлюкс (9, 10, 46)
НААТ (1, 3, 39)
Паула (11)
Пикадор Вендинг (37)
ПСК-Вендинг (28)
РАМИ (6-7, 11)
Рувендор (Обл. III, 34)
Рус-Вендинг (28)
Свой дилер (37)
Слоттейм (11)
Стиль-АВС (11)
Формтрейд (40)
Фрутинг (23)

ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты (33)
Экспо-Тольятти (33)
Экспофар (3, 39)
Экспресс 2000 (7, 11)

AC Nielsen (36)
Asahi Seiko (7, 8, 19)
Astrosystems Ltd (9)
A-T Trade Food & Beverages (23)
Automated Transactions (8, 36)
Automatic Products International (41)
AVA (22)
Azkoyen (11, 20-21, 27)
Bianchi (Обл. III)
BDV (34)
BUYBRAND (39)
CAMA (40)
Cash Code Co. Inc (10, 41)
Coca-Cola (35)
CODIC/Global Automatic Constructions, S.L. (41)
Comestero (36)
EmWi (45)
EVA (12)
FAS (34)
Fuji Electric (18)
Fujitsu Services (34)
Gerhardt-Automaten (Обл. I, 30-31)
Global Links Exhibition & Conference Organizers LLC (12)

Global Payment Technologies (9)
GPT (8, 20)
ICT (International Currency Technologies Corp.) (8)
In Time Events LLC (12)
ITE LLC (32)
ITL (Innovative Technology Ltd.) (8)
ITC (11)
JCM (9, 11)
JVMA (12, 40)
K.COM (Обл.IV)
Lotte (28)
MEI (7, 10, 41)
Messe Dusseldorf (29)
Money Controls (10)
NAMA (12, 40)
Necta Vending Solutions (27)
Nescafe (41)
OLAF (40)
PepsiCo (35-36)
Punica (36)
Rheavendors (41)
Samsung (28)
SATRO GmbH (37)
UTL (34)
Validation Technologies Ltd (VTI) (9, 11)
Vianet (34)
Vodafone (34-35)
World Vending (28)
WVA (12, 40)
Zenith International (22)

Вниманию российских 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

- Центральный разворот — 1600 евро,

- На обложках:

1-я стр. — 1000 евро,

2-я, 3-я стр. — 800 евро,

4-я стр. — 900 евро.

- При публикациях предусмотрена гибкая система скидок.

Членам НААТ предоставляется дополнительная скидка — 5%.

- 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 A4).

2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.

- Подача материалов в редакцию осуществляется не позднее, чем за месяц до выхода соответствующего номера.

- Текстовый материал принимается в Word (doc, rtf), Excel, txt.

- 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 — 9.0. Файлы в формате TIFF, CMYK, 300 dpi (для внесения корректуры в рекламу редакцией — файлы в формате PSD, слои «не склеены»).

Corel Draw 9.0 — 13.0, Illustrator 7.0 — 12.0 (обязательное сохранение под версию 8.0). Векторные изображения должны быть переведены в кривые (Curve).

Quark Xpress 3.1. — 6.0 (Collect с приложенными шрифтами).

- Материал принимается на носителях: дискеты 3,5", CD-R, CD-RW, DVD.

- 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 10 мм с каждой стороны.

- Форматы модулей, меньших A4

1/2 — 169x115,5 мм; 82,5x239 мм.

1/4 — 82,5x115,5 мм; 169x56,4 мм.

1/8 — 82,5x56,4 мм.

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

Attention of foreign advertisers

Technical requirements for the materials submitted for publication.

— The materials to be published are to be submitted to the editors not later than a month before the planned publication.

— Texts are to be submitted in Word (rtf), Excel.

— Pictures and photos are to be submitted in electronic version (CMYK, resolution not lower than 300 dpi). Submission of high quality photoprints and slides is possible.

— Ad modules are to be submitted in the following modes: Photoshop 5.0-7.0. TIFF, CMYK files, 300 dpi. To make editorial corrections possible, please use PSD files, the layers "not fused".

Corel Draw 9.0-12.0, Illustrator 8.0-10.0 (must be saved for 8.0 version). Vector pictures are to be transferred into curves.

Quark Xpress 4.1-5.0 (Collect with prints enclosed)

— Page size: before cutting 215x300 mm, after cutting 205x290 mm, composition (type) surface 169x239 mm. The ready text and the images are to be spaced from the after-cutting size not less 5 mm at each side.

— Module sizes less than A4:

1/2 - 169x115.5 mm;

82.5x239 mm

1/4 - 82.5x115.5 mm;

169x56.4 mm

1/8 - 82.5x56.4 mm.

— It is highly advisable to submit an analog color-print sample. Without the latter the editors are not amenable for the exactness of color reproduction.

Информационно-аналитический
и рекламный журнал

Издается с марта 2004 г.
Москва

Учредитель:
ЗАО «Энерготранскомплект»

Издатель:
С. Р. Юрханов

Главный редактор:
И. А. Зотов

Редакционный совет:
О. П. Волков
А. Ф. Ким
А. Е. Крылов
И. Ю. Лунин
А. В. Майсов
Е. В. Полушина
В. А. Ракитский
Е. Ю. Янчик

Зам. гл. редактора
И. В. Искандарова

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

Тел./факс: (495) 610-2130
Тел.: (495) 913-4118

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

www.vendingbusiness.ru

**Макет, художественное
оформление, компьютерная
верстка:** В. Виноградов.

Отпечатано в типографии
«Open Union Ltd.», Москва.
Заказ № 349
Тираж: 1500 экз.

**Ответственность за содержание
реклам и объявлений несет
рекламодатель.**

**При перепечатке ссылка на
издание обязательна.**

© ЗАО «Энерготранскомплект»

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

**Свидетельство о регистрации
СМИ ПИИ№ 77-17388**

Первый в России информаци-
онно-аналитический и рекламный
журнал, специализирующийся на
вопросах организации торговли,
услуг и развлечений с использо-
ванием автоматических устройств.

Содержит анализ рынка, обзор
текущих событий и новостей внут-
ри страны и за рубежом, включая
новинки оборудования, техноло-
гий и ингредиентов, товаров, услуг,
фирм и людей отрасли.

Выходит 6 раз в год (по четным
месяцам). Тираж 1 500 экз.

Журнал распространяется в
большинстве регионов России, в
Украине и др. республиках бывш.
Советского Союза.

The first Russian info-ads &
analytical magazine specialized
at the problems of trade, service
and entertainment based on auto-
matic devices.

Contains market analysis,
review of the current events and
the news at home and abroad,
including novelties in equipment,
technologies, ingredients, goods,
services and the people of the
sector.

Issued bimonthly (even
months). Circulation 1500 copies.

Distributed in most of the
regions of Russia, in the Ukraine
and in other FSU republics.

Dear readers!

The magazine can be bought at the
editorial office or by subscription.
To subscribe place your order by fax
+7 (495) 610 21 30 or by e-mail
subscribe@vendingbusiness.ru,
and then pay the bill sent to you.

- Your order must contain:
- Number of issues (past and future) you'd like to buy;
 - Quantity of copies
 - Title of your company (for the legal entity) and full name of the subscriber
 - Your exact post address (including postal code)

Legal address and banking requisites (payment in euros):

Energotranscomplect JSC
Legal address:
113326, Russia, Moscow, Soumskoy
proyezd, 21, 1-4
Intermediary bank: DEUTSCHE
BANK AG,
FRANKFURT AM MAIN
SWIFT: DEUTDEFF
Beneficiary: SAMPO PANK,
TALLINN, ESTONIA
SWIFT: FOREEE2X
Beneficiary: IBAN:
EE893300333443690003
GEOWIDE TRADING CORP.
10 AK COURT, CALEDON STREET,
SOMERSET WEST 7130,
SOUTH AFRICA
Details of payment: In accordance
with Contract # 2-235

Уважаемые читатели!

Наш журнал вы можете приобре-
сти непосредственно в редакции,
по адресу:

ул. Костякова, 12, оф. 50-51
(проезд до ст. м. «Тимирязевская»,
см. сайт),
либо оформить заказ по
тел./факсу (495) 610-21-30,
по электронной почте:
subscribe@vendingbusiness.ru
или на сайте www.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 при оплате в рублях:

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 др. страны	230

Price of a single copy, RUR

Bought at the editorial office	150
Sent within Russia	185
Sent to Belarus, Uzbekistan, Estonia	210
Sent to other countries	230

Тел: (495) 781-59-15, 781-59-16
мел./факс: (495) 258-90-57
info@ruvendor.ru www.ruvendor.ru

RuVendor



Монетоприемник КСМ-М2500

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 КСМ-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