

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИИ



2007 / #3

VENDING BUSINESS



EUROGRAN

Dedicated to vending

Скандинавка
может быть
горячей

...если это чашка
горячего шоколада.

10

СПОСОБОВ

привлечь клиента

читайте на стр. 39

25 - 27 МАРТА
MARCH **2008**

Экспоцентр/Exposentr

Москва / Moscow

VENDING EXPO



WWW.VENDINGEXPO.RU

II международная специализированная выставка
«Вендинговые технологии XXI века»
International Vending Exhibition

Дорогие читатели!

Dear readers!

Даже при беглом взгляде на этот номер нетрудно заметить его географический крен. Необычно большая площадь посвящена «восточному вендингу»: Китай, Корея, Япония. Честно говоря, нам всегда было интересно, что там происходит, но зачастую приходилось довольствоваться обрывочной информацией. За неполноту картины нас, бывало, укоряли (наверное, справедливо). И вот теперь судьбе было угодно подарить нам целый букет прямых контактов на территории Дальневосточного региона, чем было грешно не воспользоваться. При ближайшем рассмотрении выяснилось, что китайские разработчики и производители внимательно следят за развитием отрасли за рубежом, особенно в США и Японии, и подготовили серьезную базу для рывка в области автоматизированной торговли. В этом направлении работают примерно два десятка компаний, которым не стыдно выходить на рынки со своей продукцией. Тем, кто был свидетелем китайской экспансии в области легкой промышленности, бытовой техники и электроники, а в последнее время холодильной техники и автомобилестроения, не очень сложно представить себе, что из этого может получиться. В том числе и на российском рынке.

Короче говоря, и от выставок бывает польза.

Некоторые вопросы, вскользь затронутые в номере, заслуживают, разумеется, более подробного рассмотрения и развития, что мы и постараемся сделать в ближайших выпусках. К ним относится, в частности, проблема «вендинг и здоровье» (или, если хотите, «... и здоровое питание»). В связи с высказанными на правлении НААТ предложениями о корректировке Устава и Этического кодекса Ассоциации стоило бы обсудить возможные изменения конкретно. Кстати, а какие у Вас будут пожелания, дорогие читатели и коллеги?



С. Р. Юрханов,
Издатель

S. R. Jurkhanov,
Publisher



И. Л. Зотов,
Главный редактор

I. L. Zotov,
Editor-in-chief

Even a slight glance at the issue will allow you to notice its geographical inclination. An unusually large area has been devoted this time to "Oriental vending": China, Korea, Japan. Frankly, we felt always interested, what was going on there; still mostly we had to content ourselves and the readers with information rather scrappy. It is this incompleteness that we used to be blamed for (we admit, quite righteously). And now we were granted our chance to improve the situation having direct contacts at the territory of the Far-Eastern region. It would be a sin to miss it! It was discovered at closer inspection that the Chinese designers and manufacturers match (and very attentively) the development of the vending branch abroad, especially in USA and Japan, preparing a solid base for a spurt in automatic merchandising. This direction is explored by two dozen companies, who look mature enough to promote their produce to the markets. Those who witnessed the Chinese expansion in the field of light industry, home appliances, electronics, and recently in refrigeration and car industry, can easily imagine the possible consequences, including those for the Russian market.

Well, that means there can be some use visiting trade fairs!

Some problems touched upon slightly in the issue deserve a treatment more detailed, and

we'll try and do it soon. These problems include "Vending and health" (or, if you like it better, "... and a sound nutrition"). In connection with proposals made at the last NVA Board meeting to make some corrections in its Charter and Ethics Code, it would be worthwhile to discuss possible changes more concretely. By the way, have you got any wishes, our dear readers and colleagues, to be listened to and discussed?



6-7



15-18



19-24



25-30

- | | | | |
|-----------|--|-----------|--|
| 1 | От редакции | 1 | Editorial |
| 3 | В ассоциациях
<i>В Национальной ассоциации автоматизированной торговли</i> | 3 | In associations
<i>In National Association of Automated Trade</i> |
| 5 | Говорят, что...
<i>Тенденции вендинга: кофе на вынос</i> | 5 | The say that...
<i>The trend towards coffee-to-go</i> |
| 6 | В ассоциациях
<i>Встреча с NAMA</i> | 6 | In associations
<i>Meeting with NAMA</i> |
| 9 | Форум операторов в Милане | 9 | Operators' forum in Milan |
| 10 | Выставки
<i>Дни малого и среднего бизнеса России - 2007</i> | 10 | Exhibitions
<i>Days of small and medium size business of Russia - 2007</i> |
| 15 | <i>Мир игр - 2007</i> | 15 | <i>World of Games - 2007</i> |
| 19 | Лицо фирмы
<i>S.M Coin представляет</i> | 19 | Facing the company
<i>S.M Coin presents</i> |
| 25 | Великий сосед
Выставки
<i>4-ая выставка по вендингу в Китае</i> | 25 | The Great Neighbour Exhibitions
<i>China Vending Show</i> |
| 31 | Проблемы отрасли
<i>Вендинг - многообещающая отрасль</i> | 31 | Problems of the branch
<i>Vending - the Promising Industry</i> |
| 40 | <i>Развитие технической базы и перспективы индустрии вендинга в Китае</i> | 40 | <i>Technology development and opportunity prospect of the Chinese Vending Industry</i> |
| 42 | Выставки
<i>Avex - 2007</i> | 42 | Exhibitions
<i>Avex - 2007</i> |
| 50 | Лицо фирмы
<i>ICS в Греции</i> | 50 | Facing the company
<i>ICS in Greece</i> |
| 53 | Говорят, что... | 53 | The say that... |

В Национальной ассоциации автоматизированной торговли

11 июля 2007 г. состоялось расширенное заседание правления Ассоциации, на котором обсуждались следующие вопросы:

1. **Развитие и численный рост Ассоциации.** Число членов достигло 28, в ближайшее время предстоит рассмотрение еще 5-7 кандидатур.

2. **Законодательные изменения последнего времени, касающиеся вендинга.** В этот раз неприятность подкралась с той стороны, откуда не ждали: в соответствии с поправками к закону № 85 ФЗ, торговые автоматы исключаются из перечня объектов общепита и причисляются к объектам стационарной торговой сети. Отсюда проистекает, что с 01.01.08 надлежит определять базовую доходность торгового автомата по принципу «с торгового места», а это, в свою очередь, означает, что ЕНВД (единый налог на вмененный доход) возрастает в несколько раз. Законодателей при этом не смутило, что ГОСТ относит ТА к нестационарным объектам.

Члены Ассоциации были проинформированы, что у министерств и ведомств существуют различные оценки применимости ККМ в вендинге. Минфин, как стало известно, считает это применение нецелесообразным. Но позиция таких ведомств, как ФНС, МЭРТ и ФСБ пока неутешительна. Европейская вендинг-ассоциация (EVA) по просьбе НААТ запросила у своих членов информацию о том, как этот вопрос решается их национальным законодательством. По данным на 9 июля в 12 из 17 стран отсутствуют какие-либо требования об обязательной установке фискальных регистраторов. Ответ еще пяти ожидается, видимо, после летних отпусков.

3. Были рассмотрены предложения **о внесении дополнений в Устав и Этический кодекс Ассоциации:**

* О создании комитета по вторичному рынку вендингового оборудования.

* О добросовестной конкуренции между компаниями-операторами и принципах работы с персоналом (речь идет, в частности, о борьбе с переманиванием персонала).

Предложения о новой редакции уставных документов будут вынесены на общее обсуждение членов.

In the Russian National Association of Automated Trade

On July 11, 2007 an expanded board meeting of the Association took place. The following questions were discussed there:

1. **Development and numerical growth of the Association.** The number of members has reached 28, membership of 5-7 more nominees will be considered in the near future.

2. **The recent legislative changes concerning vending.** This time trouble has crept from an unexpected side: according to amendments to the Federal law #85, vending machines are excluded from the list of objects of public catering and ranked as objects of stationary trading network.

From 01.01.08 it will be necessary to define the base profitability of VM by principle «from a point of sale»; this means that imposed income tax will increase several times. Legislators were not confused by the fact that according to the State Standard (Gost) VMs are non-stationary objects.

Members of the Association were informed that the ministries and agencies have different assessments of tax registers applicability to vending. The Ministry of Finance as it became known, considers this application inexpedient. But positions of such agencies as FTA, MEDT and FSS are unfavourable.

The European Vending Association (EVA) under request of RNVA has asked its members how this question is solved in the national legislation of their countries. According to the information from July 9, in 12 from 17 countries there are no requirements about obligatory installation of fiscal registers. The answer of the rest of the members is expected after summer holidays.

3. Offers on **adding certain amendments to the Charter and the Ethical code of the Association** have been considered:

* About organization of a committee on secondary market of vending equipment.

* About fair competition between operator companies and the principles of work with the personnel.

Offers on revised edition of the documents will be submitted to general discussion of the members.



www.euvend.com



VISIONS OF VENDING

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ

КЁЛЬН. 20 – 22 СЕНТЯБРЯ 2007 Г.

КАЖДАЯ КНОПКА ВЕДЁТ К УСПЕХУ!



ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ

Выставка Eu'Vend является самой динамичной бизнес- и коммуникационной платформой для вендинга в самом сердце Европы



ИДЕИ

Инновационные автоматы и технологии ставят человека в центр внимания



ИМПУЛЬСЫ

Концепции и продукты полного спектра вендинга для комплексных решений и новых партнёров

Экономьте время и деньги: зарегистрируйтесь в качестве специалиста-посетителя и купите входной билет в режиме on-line сэкономив до 24% на нашем сайте: www.euvend.com

**Вам нужна подробная информация?
Пожалуйста!**
euvend@intermesse.ru

Представительство Кёльнmesse в РФ:
Кёльнmesse Интернациональ
РФ 119991 Москва, Пр-т Вернадского 41, стр. 1
офис 802

powered by:



По данным на июль 2007 г., в выставке Eu'Vend примут участие в качестве экспонентов около 230 компаний более чем из 20 стран. Среди них участвовали ранее:

According to the data for July 2007, about 230 companies are expected to exhibit at Eu'Vend fair. Among them there are the following leading companies that had been present there before:

Azkoyen Comercial, The Lorenz Bahlsen Snack-World, Barry Callebaut Germany, BRITA, Coca Cola Deutschland, Coges, Crane, Deutsche Wurlitzer, Eurogran, Fructomat, Jakob Gerhardt, Grub Cafe, Huhtamaki, Jura, Kraft Foods, Lavazza, Masterfoods, Meica, N&W Global Vending, National Rejectors, Nestle FoodServices, RPC Tedeco-Gizeh, Saeco, SandenVendo, Satro, servomat steigler, Sielaff, Sinalco, Thales e-Transaction, Tomra, Trautwein.

Впервые в Eu'Vend участвуют:

Suppliers exhibiting at Eu'Vend for the first time include:

3M, Adapt, Bakestreet, Beck, Bionade, Celectronic, Alois Dallmayr, Deutsche Telekom, Dolce Vita Caffè, Exor, Freedom Shopping, Geenex, Giovanni Caffè, Illycaffè, Intercookies, Keiser, Landre, Laqtia, Linde, Monopak, MSells, Nannerl, Oasis, OPEM, Peaches, Quasar, Sali.net, Schirmer Kaffe, Solice, Streetvending, Telzas, Vendingland, Vending@Work, Waeco, water+more, Wincor Nixdorf.

Тенденции вендинга: кофе на вынос

Развитие кофейного рынка носит сенсационный характер. Напиток из просто предмета повседневного потребления превратился в показатель образа жизни. Это «коричневое золото», как его однажды называли, представляет сегодня один из основных секторов индустрии вендинга. Пример глобального распространения таких сетей кофеен, как Starbucks, World Coffee и других, подталкивает поставщиков к новому осмыслению оборудования и продуктов. Последний хит — это «кофе на вынос» (coffee-to-go), который можно пить из стаканчика через крышку. Кому охота стоять в кафе в очереди за чашкой кофе по дороге на работу, если можно незамедлительно получить ее в автомате! На выставке Eu'Vend - 2007 в Кельнском Экспоцентре с 20 по 22 сентября можно будет узнать много нового об автоматизированной торговле кофе как в международном масштабе, так и особенно в Германии. Не всем известно, что в Германии кофе прочно удерживает первое место по потреблению на душу населения; его среднестатистический немец выпивает 153,5 литра в год. На втором месте — минеральная вода (135 л / год), и только на третьем — пиво (117 л / год). Большую роль в продвижении пива в массы сыграл вендинг, чьи маркетологи внимательно отслеживают вкусы и пристрастия потребителей и способствуют формированию модных тенденций. Благодаря вендингу качественный кофе можно получить теперь не только в кафе, но и во время любого, даже короткого перерыва на работе, в ожидании поезда на вокзале, автобуса — на остановке, в универсаме, на бензозаправке, на почте. Появление на рынке «кофе на вынос» (coffee-to-go), который можно взять с собой, не рискуя облыть, — новый шаг в направлении роста привлекательности напитка. Перспективность этого напитка (или, точнее, способа продажи) уже оценила компания Starbucks, которая планирует свое вхождение в вендинг в конце этого года — сначала в США, а затем и в Европе. Там, где недостаточно места для размещения кафе, Starbucks намеревается устанавливать автоматы. При этом придется решать ряд технических задач; например, как снабдить стаканчики крышками, или как обеспечить возможность выбора стаканчика нужного размера (180, 200, 250 или 300 мл).

По материалам пресс-релиза Кельнмессе, июнь 2007 г.

The trend towards coffee-to-go

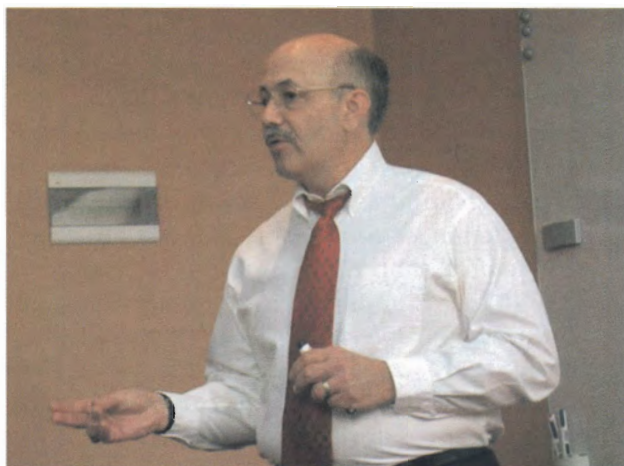
Coffee is causing a real sensation now that it's not just an everyday item but a lifestyle factor. This "brown gold," as it was once called, represents one of the main business areas for today's vending sector. Inspired by the global phenomenon of Starbucks, World Coffee and other coffee shop chains, suppliers have come up with a new understanding of machines and products. The latest hit is coffee-to-go with a sip lid. Who wants to queue at the coffee shop on their way to work in the morning? It's quicker to come up to a vending machine! Ideas and technical features related to automated trade and coffee both in world scale and especially in Germany will be on show at Eu'Vend - 2007, which will take place at Cologne exhibition centre from 20th to 22nd September.

It's not widely known that coffee takes the top spot in the list of consumption in Germany; an average German drinks 153.5 litres coffee a year. Mineral water takes second place at just under 135 litres, and beer has fallen to third at 117.7 litres. This resounding success for coffee is due largely to vending. Vending experts by means of quality and marketing campaigns and clever market observations investigate customers' demands and encourage forming new fashionable tendencies. Vending machines are helping to get high quality coffee not only in cafes but at railway stations, bus stops, in department stores, at filling stations, and even in post offices. The appearance of coffee-to-go conception at the market is a new step in the direction of popularization of the beverage.

The perspective of this new way of realization has already been valued by Starbucks company, which plans to enter vending business before the end of this year, initially in the USA and then in Europe. In places that are not suitable for a complete coffee shop, the company will set up vending machines to supply customers with coffee. The coffee-to-go approach needs, of course, some specific solutions, e.g. the lid design and possibility of choosing the necessary cup volume (from 180 to 300 ml).

Based on Koelnmesse press release, June 2007.

Встреча с NAMA



Ричард Гирдес, президент NAMA
Richard Geerdes, president of NAMA

Мероприятие, которое проходило в Санкт-Петербурге 18 и 19 июля 2007 г. под названием «Встреча с NAMA» рядовым не назовешь. Семинар, организованный компанией **Автобар** при поддержке **НААТ**, вели президент NAMA, профессор, доктор экономических наук **Ричард Гирдес** и вице-президент NAMA, профессор **Дэн Метьюс**. Чтобы лучше оценить важность этого события, напомним, что представляет собой NAMA - Национальная Ассоциация автоматической торговли США. Она была основана в 1936 г. с целью развития и продвижения автоматической торговли. Сегодня членами Ассоциации являются около 2500 компаний; это операторские компании, производители оборудования, поставщики продуктов и ингредиентов. Хотя это примерно треть фирм, работающих в отрасли, на их долю приходится около 80 % оборота.

Г-н Гирдес рассказал присутствующим, что он и его коллега г-н Метьюс до прихода в организацию NAMA были вендинговыми



Впереди (сидит) генеральный директор компании «Автобар» Олег Волков
Sitting in front: Autobar CEO Oleg Volkov

Meeting with NAMA

The event named "Meeting with NAMA" which took place in St.-Petersburg on July 18 and 19, 2007 cannot be called ordinary. The seminar organized by **Autobar** company with support of **RNVA** was held by the President of NAMA, professor, doctor of economics **Richard Geerdes** and Vice-president of NAMA, professor **Dan Mathews**.

In order to estimate better the importance of this event, we shall remind what is NAMA – the National Automatic Merchandising Association. It was founded in the USA in 1936 with the purpose to advance and promote the automatic trade. Today about 2500 companies are members of the Association; these are operating companies, manufacturers of equipment, suppliers of products and ingredients. Though these companies are about one third of those working in the branch, they hold about 80 % of the turnover.

Mr. Geerdes said that he and his colleague Mr. Mathews had worked as vending operators before coming to NAMA, which allowed them to get rich practical experience which they were glad to share with the participants of the seminar. It is

necessary to note that the lectures of the American visitors touched the most actual at the moment problems of world vending: interrelations of the state and the private business, methods of work in conditions of harsh competition, motivation of employees' work, etc. According to Mr. Geerdes's, he had a

chance to visit a number of countries and to find out how the vending-business was organized there. Having generalized his impressions, he has made a conclusion that vending-operators' problems in different

операторами, что позволило им приобрести практический опыт, которым они были рады поделиться с участниками семинара. Надо отметить, что лекции американских гостей затрагивали наиболее актуальные на данный момент проблемы мирового вендинга: взаимоотношения государства и частного бизнеса, методы работы в условиях жесткой конкуренции, мотивация работы сотрудников и др. По словам г-на Гирдеса, он имел возможность посетить множество стран и ознакомиться с тем, как организован в них вендинг-бизнес. Обобщив увиденное, он делает вывод, что проблемы у вендинг-операторов разных стран по сути одни и те же.

Г-н Гирдес уделил большое внимание тенденциям развития вендинга в мире. В этой связи речь зашла о переходе на безналичные системы расчета при помощи дебетных и кредитных карт. Появление таких платежных систем – реакция на стремление потребителей к удобному, быстрому и максимально упрощенному сервису. В Японии распространены покупки при помощи мобильного телефона: при наборе специального кода деньги списываются со счета вашего телефона. Такая система уже используется и в США. В некоторых супермаркетах покупки можно оплатить «отпечатком пальца» – компьютер считывает с него необходимую информацию.

Еще одной технологической инновацией в области вендинга является дистанционный контроль: на компьютер от автомата поступает информация о неполадках, количестве продаж, запасе ингредиентов. Это позволяет рационализировать работу сервисного персонала.

В ходе семинара обсуждались и демонстрировались также многие другие технические средства, упрощающие «общение» с торговыми автоматами. Это сенсорные экраны, довольно широко используемые в Японии, киоски самообслуживания в ресторанах Mc Donald's, KFC, Subway, Chicago Pizza и др.

На семинаре также были рассмотрены тенденции развития кофейного вендинга в США, проблемы здорового образа жизни, правильного питания, курения и пр., имеющие непосредственное отношение к индустрии вендинга. Эти и другие темы, затронутые американскими гостями, будут подробнее освещены в следующих номерах.

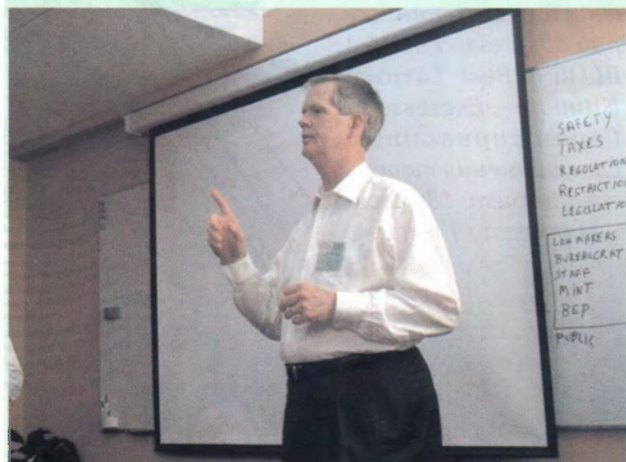
countries as a matter of fact are very much alike, not to say the same.

Mr. Geerdes payed attention to the tendencies of vending industry's progress in the world. In this context he talked about transition to cashless payment systems by means of debit and credit cards. Occurrence of such payment systems is a reaction to consumers' request for fast, convenient and simplified service. In Japan purchases by means of a mobile phone are widespread; after dialing a special code the money is written off the account of your phone. Such system is already used in the USA. At some supermarkets it is possible to pay by your fingerprint - the computer reads out from it all the necessary information.

One more technological innovation in the field of vending is the remote control: the information about defects, quantity of sales and stock of ingredients is delivered from the machine to the computer. It allows to rationalize the work of the service personnel.

During the seminar many other devices simplifying the «dialogue» with vending machines were discussed and demonstrated. These are the touch screens widely used in Japan, self-service kiosks at Mc Donald's, KFC, Subway, Chicago Pizza, etc.

Tendencies of coffee vending development in the USA, problems of healthy mode of life, healthy nutrition, smoking and so forth have also been discussed at the seminar. These and other subjects treated by the American guests will be discussed in detail in the following issues.



Дэн Мэтьюс, вице-президент NAMA
Dan Mathews, vice-president of NAMA



VENDING

ТОРГОВЛЯ БЕЗ ПРОДАВЦОВ

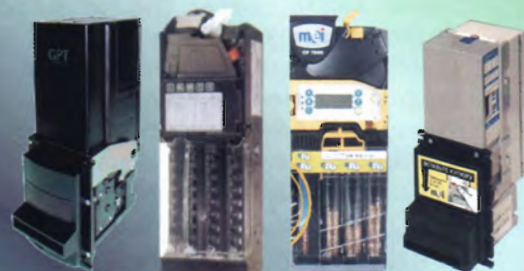


Автоматы для продажи горячих напитков

Автоматы для продажи штучных товаров и прохладительных напитков

Гарантия, Обучение, Сервис

112250, Москва, Красноказарменный проезд, д.1, офис 602,
Тел. 361-9557, 361-9799, факс 361-9569
www.formtrade.ru, e-mail: info@formtrade.ru



Платежные системы

Говорят, что...

— С апреля 2007 г. компания Lavazza начала поставку новых капсул для зарядки кофейных машин серий "Espresso Point" и BLUE ("Best Lavazza Ultimate Espresso"). Гарантированный срок хранения теперь составляет 18 месяцев (вместо 1 года).



They say that...

Lavazza has started to supply new capsules for "Espresso Point" and BLUE ("Best Lavazza Ultimate Espresso") series of coffee machines in April, 2007. The guaranteed storage time is 18 months (instead of 1 year, as before).

ФОРУМ ОПЕРАТОРОВ В МИЛАНЕ



OPERATOR'S FORUM IN MILAN: A GREAT SUCCESS!

22 июня при поддержке Европейской и Итальянской вендинг-ассоциаций в Милане прошло собрание независимых операторов и представителей национальных ассоциаций из шести европейских стран (Франции, Германии, Италии, Польши, Испании и Великобритании). На повестке дня был обмен мнениями о текущей ситуации в автоматизированной торговле и оценка ее перспектив. На встрече председательствовал член исполкома итальянской ассоциации CONFIDA Фьораванте Аллегрино (SOGEDA srl). Как отметила генеральный директор EVA Катерина Пьяна, участники старались обсудить как общие для всех проблемы, например, поиск и подбор квалифицированного персонала, декларирование НДС и борьбу за лояльность клиентов, так и локальные (фискальная регистрация в Польше). На практике это означало, что встреча состояла из двух частей: описание национальной ситуации и вопросы взаимоотношений с EVA. Среди обсуждаемых вопросов были: телеметрия, динамика развития рынка, вандализм, кадровые ресурсы, ценообразование, потребительские тенденции (здоровое питание, биопродукты), политические аспекты охраны окружающей среды, конкуренция с другими каналами сбыта и т.д.

Был сформулирован ряд претензий к конструкции автоматов, в частности, по вопросам надежности, «гружественности» по отношению к покупателям. Операторы выразили надежду, что высказанные на форуме претензии будут восприняты производителями более серьезно, чем прежде.

Обсуждались перспективы отношений с Европейской ассоциацией. Принято решение о регулярном проведении Европейского форума операторов – дважды в год. Следующий форум пройдет 8 сентября 2007 г. в Риме. Заинтересованных в участии попросили подавать заявки через национальные ассоциации. Число мест в зале заседаний ограничено.

По материалам пресс-релиза EVA от 28.06.2007

A group of dynamic and forward-looking independent operators, together with representatives of national associations (from France, Germany, Italy, Poland, Spain and the UK) gathered in Milan to exchange views on current and future challenges in vending operations. They decided to set up the European Operators' Forum to meet twice a year and focus on vending operators' business issues. The event (22 June) was hosted by CONFIDA, the Italian Association in cooperation with EVA.

"We could not have been happier at the outcome of the event, as all independent operators present decided to take the European Operators Forum forward. Operators shared their business experience with their European counterparts and set their own agenda of challenges to discuss in the future" says Catherine Piana, the EVA Director General. "Both common issues and problems specific to some countries were discussed, for example the cash registers in Poland or DIA declaration for machines in Italy. Common concerns included finding qualified employees, showing added value and ensuring customer loyalty. The ambition of the Operators Forum is to discuss challenges and find solutions." The meeting was strictly limited to independent operators and representatives of National Associations, and was chaired by Fioravante Allegrino (SOGEDA srl), a Member of the Confida Executive Committee. After a welcome speech from the EVA President, Augusto Garulli, and a presentation by the EVA Director General on the aims and objectives of the meeting, the debate started. The meeting was divided in two parts: the description of national situations and the relation with the EVA.

Each delegation presented its national situation and issues: telemetry, shrinkage, vandalism, human resources, pressure on prices, consumer trends (health, bio), political pressure on environmental issues, competition with other channels, etc. Concerns were also expressed with respect to machines, in particular reliability and consumer-friendliness. Operators expected that their wish list, presented to the machine manufacturers during the Technical Forum in Rome, would be taken more seriously.

The operators debated their future relationship with the EVA. They wanted to ensure that their concerns be heard and taken on board by the EVA.

The next Operators' Forum will take place in Rome on 8 September. Interested operators should contact their National Associations as the number of seats is limited.

Based on EVA Press Release 28.06.2007

Дни малого и среднего бизнеса России – 2007



Для посетителей мероприятий форума «Дни малого и среднего бизнеса», проходившего 22-25 мая 2007 г. в павильоне № 69 ВВЦ (Москва) удивительное началось прямо со входа. Они имели возможность зарегистрироваться для участия в двух мероприятиях одного форума под общей крышей, но на разных стойках и получив разные каталоги. Одно из них именовалось 3-я Международная выставка-ярмарка оборудования и услуг для малого бизнеса, продукции малых предприятий «Твой бизнес». Организовало его ООО «АЗС - ЭКСПО» при поддержке Федерального агентства по промышленности, ОПОРЫ России, Департамента поддержки и развития малого предпринимательства Москвы, Российской ассоциации маркетинга, Московской ассоциации предпринимателей и МЦДК «Дельконт». Для участия в нем было заявлено около 60 экспонентов, информационную поддержку оказывали два десятка



Days of small and medium size business of Russia – 2007



For visitors of events of a forum "Days of small and medium size business" held in Moscow at the All-Russia Exhibition Centre on May 22-25, 2007 in pavilion 69, surprising began from the very entrance. They had an opportunity to be registered for participation in two events of one forum under the general roof, but at different stands, receiving different catalogues. One of them was called "3-rd International Trade-fair of the Equipment and Services for Small Business, Produce of Small Enterprises «Your business»". It was organized by JSC "AZS-EXPO" with support of Federal agency on the industry, OPORA public organization, Department of support and development of small business of Moscow, the Russian Marketing Association, the Moscow association of entrepreneurs, the "Delcont" centre. About 60 exhibitors have been declared for participation in it, information support was rendered by twenty





ка медиа-спонсоров. Второе было по масштабам чуть поменьше (43 участника), но зато какие организаторы: Совет Федерации, Торгово-промышленная палата РФ, РСПП, ОАО «ГАО ВВЦ», администрации субъектов РФ. Стратегическим партнером был ВТБ 24, официальным – Росбанк, а проходила эта Федеральная выставка-ярмарка продукции предприятий малого и среднего бизнеса под патронатом Правительства Москвы. Информационных партнеров здесь было уже три десятка (в том числе и наш журнал). По какому принципу проходил водораздел между двумя выставками – сказать не беремся, да это, видимо, и не самое интересное. Явной границы ни на полу, ни в воздухе видно не было, на конференционную программу ходили все желающие, независимо от принадлежности. Кстати, конференций тоже было, как минимум, две: одна была посвящена опыту внедрения инновационных технологий и развитию рынка оборудования и услуг для малого бизнеса, вторая – банковским услугам для малого и среднего бизнеса.

Оценивать мероприятия вроде майского форума непросто. Пестрая картина, вроде бы всего много, хорошего и разного, в глаза лезет национальный (региональный) колорит (см. фото). Анализировать и систематизировать этот калейдоскоп непросто. При ближайшем рассмотрении оказывается, что в экспозиции 3-й международной выставки преобладают, пожалуй, консалтинговые, учебные, информационные услуги, в Федеральной больше представлено разработчиков, производителей и поставщиков оборудования. Насколько структура экспозиции отра-



media-sponsors. The scale of the second one was somewhat less (43 participants), but with unsurpassable organizers: Council of Federation, Commercial and industrial chamber of the Russian Federation, Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, the All-Russia Exhibition Centre, plus administrations of subjects of the Russian Federation. The strategic partner was VTB 24 bank, the official one – Rosbank, and this Federal trade-fair of produce of the enterprises of small and medium business passed under patronage of the Government of Moscow. There were as much as thirty information partners here (including our magazine). We are not sure by what principle passed a watershed between the two exhibitions, and it's, probably, not the most interesting. Obvious border was visible neither on the floor, nor in the air, the confer-

ence program was visited by everybody. By the way, there were at least two conferences: one has been devoted to experience of introduction of innovative technologies and development of the market of equipment and services for small business, the second – to bank services for small and medium business.

It's not easy to estimate such events as May forum. Motley picture, a lot of all, good and different, national (regional) colour strikes one's eyes (see the photos). It's rather difficult to analyze and systematize this kaleidoscope. On closer examination it appears that in an exposition of the 3-rd inter-

national exhibition consulting, educational, information services prevailed; perhaps, in the Federal one there were more developers, manu-



жает общероссийскую картину малого и среднего бизнеса? Как-то, конечно, отражает, но видимо, с существенным искажением. Ни для кого не секрет, что в отечественном малом бизнесе преобладают предприятия торговли, общественного питания и услуг. Здесь же их почти не было, и остается лишь гадать — почему. Нет ответа и на другой волнующий мелких предпринимателей вопрос: когда существенно изменится кредитная политика банков по отношению к «мелочи». Вроде бы все понимают, как важно вовремя поддержать молодое предприятие, и представители банков лихо жонглируют цифрами объема кредитных портфелей, числом заемщиков; с меньшим энтузиазмом называют размер годового процента кредитования, совсем скучнеют, когда приходится признать, что реальный процент раза в полтора, а то и два больше номинального. Тем не менее, что-то все же происходит.

По данным Российского микрофинансового центра, в 2006 г. Было выдано в виде малых займов 900 млн долларов при среднем размере займа 2 тысячи. Согласно оценкам, потенциальный спрос лежит где-то в диапазоне от 3 до 7 млрд долларов в год, а в число 4,5 млн субъектов входят и безработные, и отставники, и мигранты.

Еще несколько слов о видах поддержки. Сегодня существует немало структур, которые декларируют готовность поддерживать малых предпринимателей, особенно экспортно-ориентированных. Говорят о системе подготовки к сертификации и патентованию за рубежом, помощи в разработке бизнес-планов и корпоративных сайтов и т.д. Ухо уже привыкло к термину «бизнес-инкубатор». К сожалению, чем конкретнее звучит вопрос, а где они, эти инкубаторы, находятся, тем расплывчатее

factors and suppliers of the equipment. How much the structure of the exposition reflects the general picture of small and average business in Russia? Somehow, certainly, reflects, but probably, with essential distortion. It's not a secret that in domestic small business trading enterprises, public catering and services prevail. Here they were almost absent, and we can guess only — why. There is no answer also to another question exciting businessmen: when the credit policy of banks in relation to «trifle» will essentially change. It seems that everyone understands how important it is to support a young enterprise in time, and representatives of banks valiantly juggle with figures of volume of credit portfolios, number of borrowers; with smaller enthusiasm they name the size of annual interest for credits, become absolutely bored when have to admit that the real percentage exceeds the nominal one one and a half and even two times. Nevertheless, something still happens.

According to the data of Russian microfinancial center, in 2006 900 million dollars have been given out as small loans at the average size of the loan — \$2 thousand. According to assessments, the potential demand lies somewhere between 3-7 bns of dollars a year; the number of potential recipients is of the order of 4,5 mln, including the unemployed, the retired servicemen, the migrants.

Some more words about kinds of support. Today there are many structures which declare readiness to support small-scale businessmen, especially export-focused. They spoke about system of preparation for certification and patenting abroad, help in business-plans and corporate sites development, etc.

The ear has already got used to the term «business-incubator». Unfortunately, the more concrete



становятся ответы. Такой, знаете ли, принцип неопределенности Гейзенберга. И насколько приятно было встретить одного из руководителей некоммерческой организации «Российская ассоциация маркетинга», который «безвозмездно, то есть даром» раздавал для будущего обсуждения проект практических пособий для руководителей малых предприятий по повышению их прибыльности.

Возвращаясь к экспозиции, становишься перед проблемой: перечислить всех практически невозможно, особенно если кроме названия писать что-то по существу. Если же выбирать, то по какому принципу производить селекцию? Не желая никого обидеть и рискуя навлечь на себя обвинение во вкусовщине, назову четырех экспонентов, которые больше других заинтересовали меня лично:

ООО «Контур» (Нижний Тагил), специализирующееся по прикладному и системному программированию, разработке электронных модулей, автоматизации учета. Фирма показала любопытные разработки, в том числе инновационный проект «Карта учащегося» и таймер для пешеходных переходов с речевым оповещением;

ЗАО «Мерпаса» (Москва), демонстрировавшее современные технологии, в том числе в комнатных вариантах, для упаковки пищевых продуктов в защитной атмосфере или под вакуумом;

Центр порошковых покрытий **«Pagar»** (Казань), предлагающий ряд решений по высококачественному красочному покрытию оборудования;

ООО ОТ Контакт (Москва), показавшее работающий макет аппаратного комплекса для голосового управления различными устройствами (компьютером, бытовой техникой и др.), что особенно важно для людей с ограниченными физическими возможностями.

the question where these incubators are sounds, the more indistinct become the answers. A sort of a Heisenberg principle of uncertainty. It was extremely pleasant to meet one of the heads of a non-profit organization – the Russian Association of Marketing, who distributed for the future discussion the project of practical handbook for heads of small enterprises, aimed at helping them to increase their profitability.

Coming back to the exposition, you come across a problem: it is practically impossible to list all, especially if you'd like to write something in essence in addition to the title. If to choose, by what principle to make the selection? Not wishing to offend anybody, I'll name four exhibitors which have interested me personally more than the others:

OSC «Konturn» (Nizhni Tagil) specializing on applied and system programming, development of electronic modules, automation of the account. The firm has shown interesting developments, including an innovative project Pupil Personal Card and a timer for pedestrian crossings with a vocal notification;

JSC «Merpasa» (Moscow) has shown modern technologies, including indoor variants, for packing food in a protective atmosphere or under vacuum;

The center of powder coatings **«Radar»** (Kazan) offering a number of decisions for a high-quality colourful coating of the equipment;

OJC OT Contact (Moscow) has shown a working model of a hardware complex for voice management of various devices (computer, home appliances, etc.), that is especially important for people with limited physical abilities.



**Московская осенняя выставка
аттракционов и развлекательного
оборудования**



РАППА - ОСЕНЬ 2007

**3-5 октября 2007 Москва,
ВВЦ, пав. 57**



В рамках выставки проводится тур
по паркам и развлекательным
центрам Москвы. (1-2 октября 2007)

Организатор - Российская ассоциация парков
и производителей аттракционов

При поддержке Комитета межрегиональных связей
и национальной политики г. Москвы

Оргкомитет: 129223, Россия, Москва,
Проспект Мира 119, ВВЦ, павильон 69, офис 309-311
Тел./факс: +7(495)748-34-48, 988-89-47, 988-89-48
E-mail: raapa@raapa.ru, show@raapa.ru
Website: www.raapa.ru

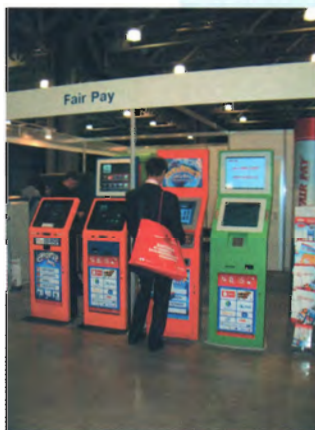


Мир игр-2007

World of Games-2007

Мир игр-2007

Писать про 3-ю Международную выставку игорного, развлекательного и вендингового оборудования, скажу честно, грустно. Даже в 2006 году, когда уже было ясно, что наг отраслю, которая по темпам развития уступала лишь нефтяному бизнесу и информационным технологиям, стущаются тучи, можно было еще констатировать улучшение показателей выставки по сравнению с предыдущим годом. Если сопоставлять выставки в числовом выражении, то окажется, что втрое упало число участников (и соответственно выставочная площадь), в два с лишним раза — число стран-участниц. Уже подъезжая 7 июня к комплексу «Крокус-экспо» многие с удивлением узнавали, что продолжительность выставки сокращена с трех до двух дней (а фактически до полутора, если не включать полуночный банкет). Трудно винить в этом спаде организаторов выставки, которые честно пытались расширить ее базу, привлекая к участию представителей вендинга. Как признали сами организаторы, многие экспоненты прошлого года заняли выжидательную позицию (см., например, интервью директора выставки Виктории Баранниковой, опубликованное в июньском номере журнала «Мир игр»). То есть ясно, что развития ситуации ждут как те, кто уклонился от участия в выставке, так и те, кто решил участвовать. Блиц-опрос экспонентов показал, что большинство их не жалеет об участии в выставке, поскольку а) имеют место полезные контакты и б) она позволяет лучше оценить динамику и направление развития отрасли.



To tell you the truth, it's rather sad to write about **3-rd International Professional Tradeshow of Gambling, Entertainment and Vending Equipment**. Even in 2006 when it was already clear that clouds are condensing above the branch which on rates of development conceded only to oil business and information technologies, it was still possible to ascertain improvement of parameters of the exhibition in comparison with the previous year.

If we compare the exhibitions numerically, it will turn out that the number of participants (and accordingly the exhibition area) decreased three times, and more than twice — the number of the countries-participants. Approaching the "Crocus-Expo" complex on June 7 many of the visitors were surprised by the fact that the duration of the exhibition was reduced from three to two days (and in fact to one and a half if not to include the midnight banquet). It is difficult to blame for this recession the organizers of the exhibition who tried to expand its base, inviting vending representatives to take part in it.

As the organizers admitted, many of the exhibitors of the previous year have taken wait and see attitude (see, for example, interview of the exhibition's director, Victoria Barannikova published in June issue of "World of games" magazine). It is clear that both those who evaded participation in the exhibition and those who decided to

Любопытный социологический факт: если руководители фирм и ведущие специалисты серьезно задумываются над тем, куда пойдет дальше индустрия развлечений, то молодые ребята – менеджеры по продажам, демонстрировавшие игровые автоматы, похоже, просто не берут это в голову. Среди курьезов экспозиции можно назвать стенд концерна **РИО**, который почти два десятилетия занимается восстановлением подержанных игровых автоматов. Фирма сочла, что лучше всего специфику российского игорного бизнеса символизирует кроссовый внедорожник, каковой и был установлен посередине стенда площадью под 80 кв.м. Для дополнительного «оживляжа» была задействована группа поддержки из симпатичных *promotion girls*, которые принимали под музыку пикантные позы в стиле «лесбо-шоу» и вплотную подошли к стриптизу. Наблюдать за этим действием и при желании вести переговоры можно было сидя на необъятном кожаном диване.

К другим нововведениям можно отнести организацию вечернего банкета таким образом, чтобы напитки и закуски символизировали четыре игорно-развлекательные зоны (Алтай, Приморье, Краснодарский край и Калининградская область). Как сообщил пресс-релиз, «обновленный формат выставки «два дня и одна ночь» должен «сделать программу еще более интенсивной и насыщенной».

А теперь об экспозиции более серьезно. В ее составе были традиционные экспонаты, включающие технику и мебель для казино и игровых залов, игровые имитаторы, а также ряд комплектовующих и аппаратных решений, которые могут использоваться как в игровом (игорном) оборудовании, так и в терминалах и киосках различного назначения и торговых

participate are waiting for the development of the situation.

A blitz-interrogation of the exhibitors has shown that the majority of them do not regret about their participation in the exhibition as a) it helps to tie useful contacts and b) it allows to estimate better the dynamics and the direction of the branch's development. An interesting sociological fact: while the heads of firms and leading experts seriously think of the future of entertainment industry, the

young sales managers who demonstrated slot machines simply do not take it into their heads. Among funny things of the exposition we can name the stand of **RIO** concern which has been engaged in restoration of second-hand slot machines for almost two decades.

They thought that a cross-country race car established in the middle of their stand (about 80 square metres) would symbolize the specificity of Russian gaming best. For additional amusement a group of nice promotion girls were invited. They danced to the music in style of lesbo-show closely approaching striptease.

One could observe all this and, if desired, negotiate sitting on an immense leather sofa.

Among the innovations of the exhibition we can name the organization of the evening banquet so that drinks and snacks symbolized four gambling-entertainment zones

(Altai, Primorye, Krasnodar territory and Kaliningrad area). According to the press-release, "the new format of the exhibition "two days and one night" will make the program more intensive and saturated".



автоматах. К их числу относятся, в частности, сенсорные экраны и платежные системы. Увеличился процент экспонентов, демонстрировавших киоски и терминалы разнообразного внешнего и функционального дизайна. О некоторых участниках — подробнее.

Булатов Групп (Казань) относится к числу компаний, всерьез занявшихся перепрофилированием ассортимента продукции в связи с ограничениями на игровой бизнес. Среди ее новых продуктов — изящные фотокиоски.

Глобал Пеймент Технологиз (США) — хорошо известный производитель валидаторов высокого качества с оптическими и электронными системами распознавания. До недавнего времени продукция GPT и использовалась преимущественно в игровой технике, но постепенно ее применение в вендинге расширяется. На этой выставке был показан валидатор Falcon с характеристиками, улучшенными по сравнению с системой Aurora.

JCM (Япония - Германия) — один из крупнейших разработчиков и производителей систем по работе с наличностью, продукция фирмы и используется примерно в 90 % казино и половине игровых автоматов в мире. Мы часто рассказываем о продукции компании. В этот раз из новинок она показывала валидаторы в пылевлагозащищенном исполнении.

СКБ вычислительной техники «Искра» в очередной раз продемонстрировало фискальный регистратор ПРИМ-21К — единственное изделие такого рода, включенное в Госреестр для всех сфер применения в составе киосков. Было сообщено, что для использования ККМ в

And now let's talk more seriously about the exposition itself. There were traditional exhibits including equipment and furniture for casinos and gambling halls, game simulators, and also a number of accessories and hardware components which can be used both in gambling equipment and in VMs, terminals and kiosks of various purposes (e.g. touch screens and payment systems). The percentage of the exhibitors demonstrating kiosks and terminals of various external and functional designs has increased. Now we'll provide more detailed information about some of the participants.



Bulatov Group (Kazan) is one of the companies changing the assortment of their produce because of limitations for gambling business. Elegant photo kiosks are among their new products.

Global Payment Technologies (USA) — a well-known manufacturer of high-quality validators with optical and electronic discernment systems. So far GPT's produce was used mainly in gaming equipment, but its appliance

in vending is gradually expanding. At this exhibition they showed Falcon validator, its characteristics had been improved in comparison with Aurora system.

JCM (Japan, Germany) — one of the biggest developers and manufacturers of cash systems, the firm's produce

is used in about 90 % of casinos and a half of VM's in the world. We write about the company's produce quite frequently. This time they demonstrated dust- and damp-proof validators.

SPCDB Iskra showed PRIM-21K tax register - «callingit» the only product



составе торговых автоматов разработан специализированный контроллер управления, позволяющий подключиться к автомату через интерфейсы VTS, MDB, Executive (Protocol A) без его схематического изменения, производя печать чеков на ПРИМ-21К.

Кастом Инжиниринг (Италия) – поставщик широкого ассортимента комплектующих для игрового и сервисного оборудования.

КСИ Корпорация (Долгопрудный) позиционирует себя как крупнейший в России оператор и производитель игровых автоматов. Разрабатывает, производит, сдает в аренду и технически поддерживает оборудование казино и игровых залов.

Пласт Гейм – один из основных поставщиков комплектующих для сенсорных киосков в России и Казахстане, единственный официальный представитель крупнейшего производителя сенсорного оборудования General Touch.

Компании **CashCode** и **NRI** год назад объединились под общим «зонтом» **Crane Payment Solutions** (компания Crane) и в нынешней выставке участвовали совместно, демонстрируя новейшие купюро- и монетоприемники, включая технику для размена купюр на купюры.

В арсенале компании **Фотодрайв (Москва)** – 18 моделей цифровых сенсорных киосков и фотостанций. Конструкция оборудования позволяет либо сразу приобрести модель с максимальным набором функций, либо подключать дополнительные сервисы по мере необходимости. В терминалах, выпускаемых фирмой, «реализована программа, позволяющая сводить в единый финансовый отчет всю деятельность киоска» и следить за его работой on-line или получая sms-отчеты по телефону.



of this kind included into the State register for all types of paid service kiosks. For using CCM in VMs they've developed a special controller which lets to connect the fiscal register to the machine through VTS, MDB and Executive (Protocol A) interfaces and print the receipts by means of PRIM-21K.

Custom Engineering (Italy) – a supplier of large assortment of accessories for gambling and service equipment.

KSI Corporation (Dolgoprudniy) positions itself as Russia's largest operator and manufacturer of gaming machines. Develops, manufactures and leases casino and gaming hall equipment and provides technical support.

PlastGame – one of the main suppliers of accessories for sensor kiosks in Russia and Kazakhstan, the only official representative of General Touch – the largest manufacturer of sensor equipment.

CashCode and **NRI** companies have joined into **Crane Payment Solutions** (Crane company) a year ago and worked together at this exhibition. They demonstrated brand-new banknote and coin acceptors, including equipment for changing banknotes for banknotes.

There are 18 models of digital sensor kiosks and photo stations in the assortment of **FotoDrive** company (Moscow). The construction of the equipment lets either purchase a model with maximal set of functions or add services if needed later. In the firm's terminals "a program letting reflect all the activities of the kiosk in a single financial account" and to control its work on-line or get sms-accounts by mobile phone is realized.



В ноябре 2005 г. руководители компании **S.M Coin** (Республика Корея) дали интервью нашему журналу. К этому моменту торговые автоматы компании только появились на российском рынке, и перспективы их продвижения в нашей стране можно было оценить с определенной степенью вероятности. В пользу компании говорили такие факторы, как большой опыт ее президента и владельца 90 % акций г-на Ли Сан Юн, за плечами которого почти десятилетняя операторская работа, так что проблемы отрасли он знает, что называется, изнутри. При его участии компания проводила исследовательские и опытно-конструкторские работы, направленные на создание новых, современных автоматов и платежных систем. По инициативе г-на Ли компания в конце 90-х годов приняла решение расширить свою деятельность за пределы Кореи. Имелись в виду два направления этой работы:

1. Организация производства за рубежом.
2. Расширение экспорта.

В рамках нового направления в 2002 г. было открыто производственное подразделение компании **S.M Coin Co., Ltd (Shanghai)** в Китайской Народной Республике. При этом за сеульской штаб-квартирой были оставлены задачи НИОКР и операторской работы. В рамках второго направления были начаты поставки кофейных автоматов за рубеж (1999 г., Казахстан) и организация зарубежных представительств компании. На сегодняшний день самым крупным представительством за рубежом является **S.M Coin (Moscow)**, которое возглавляет Роман Хабисов. Компания декларировала свое намерение экспортировать свою продукцию не только в республики бывшего Советского Союза, но и в Западную Европу, Сингапур, Австралию и др. страны.



И. Зотов, С. Юрханов
I. Zotov, S. Yurkhanov

The leaders of **S.M Coin** company (Korea) gave our magazine an interview in November, 2005. By that time the company's machines had just appeared at the Russian market, the perspectives of their promotion in our country were very vague. The experience of **S.M Coin's** president and owner of 90 % of the company's shares Mr. Lee Sung Youn was a favourable factor for the company. Mr. Lee has nearly 10-years experience in operating work, which means that he knows the problems of the branch very well. The company together with Mr. Lee carried out R&D aimed to create up-to-date machines and payment systems. On Mr. Lee's initiative at the

end of 90's the company had made a decision to widen the geography of its activity in two ways:

1. Organization of production abroad.
2. Expansion of export.

Within the bounds of the new direction in 2002 a production subdivision of **S.M Coin Co., Ltd (Shanghai)** was opened in China. The problems of R&D and operating work should still be solved by the headquarters of the company in Seoul.

Within the bounds of the second direction they started to deliver their coffee-machines abroad (Kazakhstan, 1999) and to organize foreign representations of the company. Today the biggest foreign representation is **S.M Coin (Moscow)** headed by Roman Habisov. The company has declared its intention to export its produce not only to republics of former Soviet Union but also to Western Europe, Singapore, Australia and other countries.

It was interesting to understand what was "behind" all these plans which should be confirmed by serious technical arrangements. That's



Участники презентации (слева направо):
Т. Дьяконов, И. Зотов, Ли Сан Юн, С. Джо, А. Дмитренко, А. Костандов, М. Евлютин, Д. Абрамов, В. Ракитский, Н. Ракитская, С. Юрханов, Н. Серкина, О. Антипчук, Р. Хабисов
Participants (left to right):
T. Dyakonov, I. Zotov, Lee Sung Youn, S. Jo, A. Dmitrenko, A. Kostandov, M. Evlyutin, D. Abramov, V. Rakitsky, N. Rakitskaya, S. Yurkhanov, N. Serkina, O. Antipchuk, R. Habisov.



Было, разумеется, интересно понять, что реально стоит за этими далеко (и широко) идущими замыслами, которые должны быть подкреплены серьезными организационно-техническими мероприятиями. Поэтому никаких эмоций, кроме положительных, не могло вызвать направленное в редакцию руководством S.M.Coin приглашение принять участие в презентации компании для ее дилеров, назначенной на 28 мая – 1 июня сего года в Шанхае. Дополнительным стимулом служило то, что в программу мероприятия входило и посещение четвертой международной выставки по автоматизированной торговле China Vending Show.

В число приглашенных входили:

- директор ООО «Терминал» (г. Киров) **Денис Абрамов**;
- директор ООО «ЮМ Венд» (г. Екатеринбург) **Максим Евлютин**;
- директор по развитию ООО «Прима Венд» (г. Москва) **Артур Костандов**;
- ген. директор ООО «ИФК Премьер-Финанс» (г. Москва) **Олег Антипчук**;
- ген. директор ООО «Фирма Валео» **Валерий Ракитский** и коммерческий директор **Наталья Ракитская**;
- гл. редактор журнала «Вендинг Бизнес» (г. Москва) **Игорь Зотов** и коммерческий директор **Степан Юрханов**.

От компании S.M Coin участвовали:

- президент компании S.M Coin **Ли Сан Юн**;
- ген. директор S.M Coin (Shanghai) **Сэмюэл Джо**;
- нач. отдела продаж S.M Coin (Shanghai) **Наталья Серкина**;
- менеджер по продажам S.M Coin (Shanghai) **Роуз Ву**;
- глава представительства S.M Coin (Moscow) **Роман Хабисов**;
- директор по маркетингу S.M Coin (Moscow) **Тато Дьяконов**;
- менеджер отдела продаж S.M Coin (Moscow) **Анна Дмитренко**.

Смысл встречи был не только в ознакомлении дилеров с состоянием дел компании и конкретно – шанхайского завода, но и в поддержке личных контактов заводчан с сотрудниками московского

why we were very pleased to get from the leaders of S.M Coin an invitation to take part in the presentation of the company organized for its dealers (May, 28 – June, 1, 2007, Shanghai). Visiting of China Vending Show was an additional reason to accept the invitation.

Among the invited persons were:

- director of JSC «Terminal Ltd.» (Kirov) **Denis Abramov**;
- director of JSC «UM Vend» (Yekaterinburg) **Maxim Evlyutin**;
- director, development and promotion, JSC «Prima Vend» (Moscow) **Artur Kostandov**;
- CEO JSC «IFC Premier Finance» (Moscow) **Oleg Antipchuk**;
- CEO JSC «Firma Valeo» **Valery Rakitsky** and commercial director **Natalya Rakitskaya**;
- Editor-in-chief of «Vending Business» magazine **Igor Zotov** and commercial director **Stepan Yurkhanov**.

From S.M Coin company took part:

- President of S.M.Coin **Lee Sung Youn**;
- CEO of S.M Coin (Shanghai) **Samuel Joe**;
- Head of sales department of S.M Coin (Shanghai) **Natalya Serkina**;
- sales manager of S.M Coin (Shanghai) **Rose Woo**;
- Head of representation S.M Coin (Moscow) **Roman Habisov**;
- marketing director of S.M Coin (Moscow) **Tato Dyakonov**;
- manager of sales department S.M Coin (Moscow) **Anna Dmitrenko**.

The aim of the meeting was not only to acquaint dealers with the state of the company and, to be concrete, - the factory in Shanghai, but also to strengthen ties connecting the factory's staff with the personnel from Moscow, which is always important.

Production and administrative premises of S.M Coin (Shanghai) are situated in so called industrial zone of Pudong – Shanghai's actively developing district at the outskirts of the city. Shanghai in general and Pudong in particular represent a very interesting topic.





представительства, что, разумеется, лишним не бывает.

Производственные и административные помещения S.M Coin (Shanghai) расположены в так называемой промзоне активно развивающегося района Шанхая – Пудун, расположенной на окраине мегаполиса. Шанхай вообще и Пудун в частности – это отдельная и очень интересная тема. За полтора десятилетия город преобразился радикальнейшим образом, дальнейшие преобразования происходят на глазах. Деловой центр зарос небоскребами, как «щетка» горного хрусталя – кристаллами, причем у каждого «кристалла» – собственное лицо.

Несмотря на непрекращающееся строительство, в городе довольно чисто, есть очень зеленые районы, что приятно дополняет хай-тексовский стиль новой застройки. Небольшая, но характерная подробность: неизбежные в современных городах многоуровневые развязки оживлены декоративными растениями, благополучно произрастающими на ограждениях безопасности.

Но вернемся на окраину Пудуна. Слово «промзона» не должно вводить в заблуждение: на улице Чуаньша много зелени, тут не видно дымящих и пылящих объектов; по территории между зданиями бесшумно ездят аккумуляторные скутеры. Чисто и уютно и в рабочих помещениях. Фактически здесь производятся сборочные, отделочные и пуско-наладочные работы, изготовление корпусов автоматов производится в другом месте.

Основная нагрузка на презентации легла на плечи господина Ли и Натальи Серкиной. Президент не только лично провел экскурсию по рабочим помещениям, но прочитал целую лекцию о прошлом и настоящем компании и ее планах на будущее. Сегодня основная ставка делается на новое поколение кофейных автоматов среднего масштаба – машин Vista. Это современный автомат европейского дизайна, рассчитанный на использование растворимых ингредиентов (до 9 разновидностей горячих напитков). Запас стаканчиков по 180 мл – 230 штук. В стандартную комплектацию автомата входит удобная 30-литровая канистра; как вариант предусмотрена возможность подключения (через фильтр) к водопроводной сети. По классу Vista приблизи-

During the last two decades the city has changed radically and the transformation is still in progress. The business centre is overgrown with skyscrapers. They are like a brush of rock crystal, and each of them has its own face.

Despite the fact that the construction doesn't stop, the city is rather clean, there are some very green areas adding a fresh stream to high-tech style of the new buildings. A small but characterizing detail: multi-leveled road junctions inevitable in modern cities are enlivened with decorative plants growing at the security fences.

But let's come back to Pudong's suburbs. The words "industrial zone" shouldn't lead you astray: there are a lot of trees at Chuansha street; you won't see any objects emitting smoke or dust here; accumulator powered scooters drive noiselessly between buildings. It's clean and cozy in working premises too. In fact, assembly, finishing and setting-up works are held here, the cases of the machines are produced in another place.

The main load at the presentation was taken by Mr. Lee and Natalya Serkina. The President not only led personally an excursion through working premises, but also read a whole lecture upon the company's past, presence and its plans for future.

Today the company is staking on new generation of middle-class Vista coffee machines. It's a modern machine with European design, meant for instant ingredients (up to 9 kinds of hot beverages). The machine stores 230 cups (of 6.5 ounce capacity). The standard delivery list of the machine includes a 30 l can. It's also possible to connect the machine with water supply (through a purifying filter).

For the class, Vista corresponds with well-known Italian Kikko machine (Necta-Wittenborg), but Vista costs nearly twice less. Vista had been used intensively during a year, at the Moscow base too. This allowed to eliminate a number of defects. That's why now S.M





тельно соответствует известной итальянской машине Kikko производства Necta-Wittenborg, по цене — почти вдвое дешевле. Vista примерно год подвергалась интенсивной эксплуатации, в том числе на московской базе; это позволило выявить и устранить ряд конструктивных недоработок, так что теперь S.M Coin с чистой совестью рекомендует ее заказчикам.

Ранее выпускавшаяся более крупная модель кофейной машины SMC-380 FTB (600 стаканчиков) в настоящее время перерабатывается под зерновой кофе. В конце лета планируется появление нового автомата для продажи штучных товаров Super Vendo 1000, который в компании называют «автоматом-супермаркетом». Машина, рассчитанная (в зависимости от исполнения) на реализацию от 300 до 800 единиц штучного товара с габаритными размерами 10-400 мм. Автомат имеет современный дизайн, снабжен лифтом для транспортировки товара к окну выдачи. По желанию заказчиков может комплектоваться жидкокристаллическим экраном для демонстрации рекламно-информационных материалов, холодильным агрегатом (4-15°C), картриджером и чековой системой. В число товаров может входить как снековая продукция, так и банки, бутылки, кондитерские изделия, продукты быстрого приготовления и т.д.

В ряде стран успели проявить интерес к малым машинам модели 150 FT для приготовления и реализации 6 видов горячих напитков. Автомат габаритами 895 мм (H) x 485 мм (W) x 615 мм (D) имеет запас 170 стаканчиков. Он примерно вдвое легче, чем Vista (42 кг по сравнению с 88 кг). В офисы машина 150 FT поставляется в основном в исполнении без платежного устройства.



Coin can recommend its machines to customers with clear conscience.

A larger SMC-380 FTB machine (600 cups) S.M Coin was producing earlier is being rearranged for coffee beans use. S.M Coin is planning to show a new machine for piece-goods vending Super Vendo 1000 at the end of summer. The staff of the company calls it "supermarket machine". It's intended for realization of 300-800 piece-goods with dimensions 10-400 mm. The machine has a modern design; it's furnished with an elevator for transportation of the chosen good to the window. According to customers' demands, it may also have LCD for information and advertisements, refrigerator (4-15°C), card reader and check system. The machine can sell snacks and cans, bottles, confectionery, convenience food products etc.

In a number of countries an interest to compact (170 cups) machines 150 FT for preparation and realization of 6 kinds of hot beverages has already appeared. The overall dimensions of the model are 895 mm (H) x 485 mm (W) x 615 mm (D). It weighs twice less than Vista (42 kg in comparison with 88 kg). For offices the model is produced without payment system.

In informational materials distributed by S.M Coin at China Vending Show one more - Lamian 100 machine for convenience noodles was present; this machine is intended for Asian market.

The peculiarity of the presentation was that it succeeded not to become a "one-



В печатных материалах, которые распространялись от имени S.M.Coin на выставке China Vending Show, фигурировал еще один автомат – Lamian 100, предназначенный для лапши быстрого приготовления и ориентированный на азиатский рынок.

Особенностью презентации было то, что она не превратилась, как выражаются американцы, в «улицу с односторонним движением», в нескончаемый монолог принимающей стороны. Нужно отдать должное г-ну Ли, который способствовал формированию дискуссии, внимательно выслушивал альтернативные точки зрения. Одним из дискуссионных вопросов была оценка перспективности кофейных автоматов, рассчитанных на использование растворимых ингредиентов. Здесь как нельзя кстати оказалась обстоятельная информация, представленная В. Ракитским. Он поддержал намерение руководства компании разработать модификацию автомата под зерновой кофе, но подчеркнул, что не стал бы на обозримое будущее однозначно говорить о бесперспективности кофе растворимого. Характеризуя предпочтения потребителей, Валерий Алексеевич отметил, что в России, по оценке специалистов, около 3/4 потребителей кофе находятся в городах-миллионниках и в массе своей предпочитают зерновой кофе (эспрессо). Растворимым интересуются в первую очередь жители городов и населенных пунктов, где население не превышает 0,5 млн. В Европе размежевание вкусов сложилось следующим образом: итальянцы требуют в основном зерно; во Франции и скандинавских странах имеет право на существование растворимый кофе, но высококачествен-

way road” as Americans use to say meaning a monologue of the inviting side.

We should do justice and say that Mr. Lee encouraged forming of discussion hearing out alternative points of view. One of the questions which had been discussed was the estimation of the perspective of coffee machines working on instant ingredients. In this connection the detailed information given by Mr. Rakitsky turned out to be very useful. He supported the intention of the company's management to develop a modification of coffee-beans loaded machine, but emphasized that he wouldn't say the instant coffee has no perspective in the nearest future. Characterizing consumers' preferences, Valery Alexeevich pointed out that according to specialists' estimates, 3/4 of coffee consumers in Russia live in cities-millionaires and prefer grain coffee (espresso). Instant coffee is popular mainly in towns with population below 0.5 mn. In Europe demarcation of tastes is the fol-





мый кофе, но, во-первых, высокого качества, а во-вторых, по цене существенно ниже той, что запрашивает Nestle.

Немаловажно, что при общении на презентации неизменной была атмосфера открытости и взаимопонимания. Выяснилось, что юмор и доброжелательность позволяют преодолевать различия в языке, менталитете и традициях. Обмен впечатлениями между участниками мероприятия показал, что все без исключения высоко оценивают полезность встречи и испытывают чувство признательности к ее организаторам. Особой благодарности, по общему мнению, заслуживает работа Натальи Серкиной, сделавшей очень много для бесперебойного общения многоязычного коллектива.



Чайная церемония. Tea ceremony



Ну, за вендинг! To vending!

ный — сублимированный. В пределах одной страны, как правило, спрос на зерновой кофе выше в бизнес-центрах, на растворимый — на промышленных предприятиях. По мнению Валерия Алексеевича, значительный процент операторов в российских регионах будет и далее ориентироваться на раствори-

lowing: Italians like grain coffee; in France and Scandinavian countries high quality freeze-dried instant coffee is still popular. Within the borders of one country, demand for grain coffee is, as a rule, higher in business centres, for instant — at industrial enterprises. From the point of view of Valery Alexeevich, a significant percentage of operators in Russian regions will go on working with instant coffee. But it should be pointed out that the quality of this coffee should be high, and the price — significantly lower than that of Nestle brands.

It's important that the atmosphere of openness and mutual understanding was unchanging during the contacts at the presentation. It turned out that humour and benevolence overcome differences in language, mentality and traditions. The exchange of impressions between the participants of the event showed that all of them appreciate the usefulness of the meeting and are very grateful to the organizers. All the visitors agreed that special thanks should be said to Natalia Serkina who did really a great work for the uninterrupted communication between the multi-lingual collective.



Великий
сосед

The Great
Neighbour

4-ая выставка по вендингу в Китае

Полное название мероприятия, которое проходило в Шанхае в Центре выставок и конгрессов «Вечносияющий» с 31 мая по 2 июня 2007 г., звучит следующим образом: «4-я Международная выставка торговых автоматов и киосков 2007 в Китае». Выставка была не слишком велика по масштабам (около полусотни участников), но значение ее определялось не только этим. Во-первых, среди китайских участников, составлявших вместе с китайскими дочерними филиалами зарубежных фирм примерно 70%, значительную долю составляли фирмы-производители (то, что называется OEM). Во-вторых, и мировой вендинг был представлен вполне достойно. Со своими стендами в выставке участвовали руководители таких профессиональных объединений, как Всемирная и Европейская вендинг-ассоциации, NAMA, Японская ассоциация производителей торговых автоматов. Катерина Пьяна (WVA / EVA), Дэвид Клейтон (NAMA) и Такаши Куросаки (JVMMMA) выступили



Выставочный комплекс «Вечносияющий» (Everbright Convention & Exhibition Center)



Пройти мимо стенда S.M. Coin было просто невозможно: радушные хозяева и прямо напротив входа.
It was impossible to pass S.M. Coin booth: cordial hosts facing the entrance



Представитель журнала в КНР г-н Алекс Чен
VB magazine is represented in PRC by Mr. Alex Chen
e-mail: vendingshow@vip.citiz.net

China
Vending Show

The full name of the event held in Shanghai at the Center of exhibitions and congresses "Everbright" from May 31 till June 2, 2007, sounds as follows: "4-th China International Vending and Kiosk show, 2007". The exhibition was not too great on scales (about fifty participants), but its value was defined not only by this. First, among the Chinese participants making together with the Chinese affiliated branches of foreign firms approximately 70%, a significant share belonged to firms-manufacturers (OEMs). Secondly, the world vending has been presented quite adequately. With their stands heads of such professional associations participated in the exhibition, as the Worldwide and European vending associations, NAMA and Japan Vending Machine Manufacturers Association.

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ



ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

с докладами на конференции, которая гордо именовалась «**Второй международный саммит по вендингу, Китай, 2007**». С разрешения Т. Куросаки мы публикуем изложение его презентации (см. стр. 31-38). Интересно сопоставить его оценку уровня и перспектив развития китайского вендинга с прогнозами профессора Джин У, обратившегося к участникам выставки от китайского делового сообщества (см. стр. 40).

Ниже мы помещаем фоторепортаж с выставки China Vending Show, сопроводив его небольшими комментариями.

Hunan Kimma Intelligent Equipment Manufacture Co. (KIMMA). Расположенная в г. Чанша (пров. Хунань) фирма является одним из ведущих китайских производителей торговых автоматов. Имеет собственный исследовательский центр; продукция отмечена рядом региональных и национальных премий, международными сертификатами и 50 патентами. Продукция, среди которой преобладают машины для продажи штучных товаров, с охлаждением и без, поставлялась в 30 стран.

Dailian Fujibingshan Vending Machine Co. — Дalianский завод торговых автоматов, специализирующийся на производстве продукции по лицензии **Fuji Electric Co.** (Япония).

Jiangshu Baixue Electric Appliances Co., г. Чанша, производит линию автоматов для продажи снековой продукции и напитков в банках / бутылках (с охлаждением). Техника конструктивно близка к ряду моделей **Crane Merchandising**.

Tianjin Nankai Guard Group Co. (GUARD), г. Тяньцзинь, как утверждают, крупнейший в Китае производитель торговых автоматов для прода-

Catherine Piana (WVA / EVA), David Clayton (NAMA) and Takashi Kurosaki (JVMMA) presented their reports at a conference proudly called "**2-nd China International Vending Summit, 2007**". With Mr. Kurosaki's courtesy we publish below the text of his presentation (see p. 31-38). It is interesting to compare his

estimation of the level and prospects of Chinese vending with the forecasts of professor Jin Ou, who addressed the participants on behalf of the Chinese business community (see p. 40).

Below we place the photo-report from China Vending Show accompanied with some comments.

Hunan Kimma Intelligent Equipment Manufacture Co. (KIMMA). Located in Changsha (Hunan) firm is one of Chinese leading manufacturers of vending machines. It has its own research center; the produce has been awarded by a number of regional and national premiums, international

certificates and 50 patents. The produce, among which machines for sale of piece goods prevail, with cooling and without, is delivered to 30 countries.

Dailian Fujibingshan Vending Machine Co. — Dailian factory of vending machines specializing on production under license from **Fuji Electric Co.** (Japan).

Jiangshu Baixue Electric Appliances Co., Changsha, produces a line of machines for selling snacks and canned drinks (with cooling). Their design is close to that of Crane Merchandising models.





жи снеков и напитков в мелкой таре (с охлаждением и подогревом), повышенной вандалостойкости, с мультимедийными возможностями, оплатой через сотовую сеть. Модели уличного исполнения имеют систему управления, приспособленную к возможностям детей и инвалидов. Продукция поставляется в Европу; в Китае имеются центры продаж и техобслуживания в 22 крупных городах.

Qingdao Aucma Commercial Auto-Facility Co., г. Циньдао, Шаньдун, - крупный холдинг, производящий свыше 200 категорий товаров, включая энергетическое оборудование, фотоэлектронику, радиотовары. Что касается торговых автоматов, по утверждению фирмы, она обладает самой большой и наилучшей в КНР производственной базой, где выпускаются 30 типов вендинг-машин, включая технику для продажи напитков в штучной таре, комбинированные автоматы и машины для продажи мороженого. Машины по спецзаказам поставляются таким компаниям, как **Coca-Cola**, **Pepsi-Cola** и **Watson's Water** (Гонконг).

Dongguan Kwanhong Electronics Co. представляла зарегистрированную в Макао группу **Kwanasia Electronics**. Со своими производственными площадями в 100 тыс. кв. м и более чем 5 тыс. сотрудников Kwanasia входит в сотню мировых производителей (по классификации группы Research and Markets). Ее производство сертифицировано по ISO 9001 (с 1995 г.), ISO 14001 и TSI 6949; группа считается одним из ведущих производителей профессиональной аудио- и телекоммуникационной аппаратуры, а также торговых автоматов другого оборудования самообслуживания. Кроме поставок серийной продукции, фирма готова братья за работу по специальным заказам, имея большие возможности по металлообработке, переработке полимеров, отделочным операциям, сборке электронных блоков.

Shanghai Sheyue Electric Appliance Co. предлагает различное электромеханическое оборудование (соленоидные клапаны, насосы, переключатели).

Tianjin Nankai Guard Group Co. (GUARD), Tianjin, as they assert, is the largest in China manufacturer of vending machines for snacks and drinks in small containers (with cooling and heating), vandal proof, with multimedia opportunities and payment through a cellular network. Outdoor models are provided with a control system adapted for children and invalids. The produce is delivered to Europe; in China the company has sales and service centres in 22 large cities.

Qingdao Aucma Commercial Auto-Facility Co., Qingdao, Shandong, a large holding making over 200 categories of goods, including power equipment, photoelectronics, radiogoods. As for automatic merchandising devices, under the statement of the firm, it possesses the biggest and the best in the Peoples Republic of China industrial base where 30 types of vending machines are manufactured, including machines for sale of canned and bottled drinks, combined automatic devices and machines for sale of ice-cream. Machines on special offers are delivered to such companies as **Coca-Cola**, **Pepsi-Cola** and **Watson's Water** (Hong Kong).

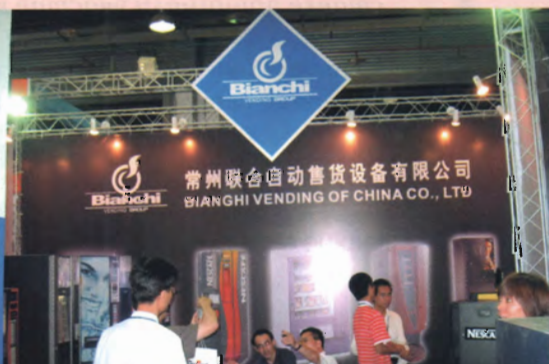
Dongguan Kwanhong Electronics Co. represented **Kwanasia Electronics** group registered in Macao. With the floor spaces of 100 thousand square metres and more than 5 thousand employees Kwanasia is included into the hundred of world manufacturers (according to classification of group Research and Markets). Its production system has been accredited ISO 9001 (1995), ISO 14001 and TSI 6949; the group is considered to be one of the leading manufacturers of professional audio- and telecommunication equipment, as well as vending machines and other equipment for self-service. In addition to deliveries of batch produce, the firm is ready to undertake work under special orders, having great opportunities on metal working, processing of polymers, finishing operations, construction of electronic blocks.

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS





ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

тели и пр.), в том числе для комплектации кофе-машин и торговых автоматов. Поставщиком клапанов является известная итальянская фирма **ODE**, которая с 2004 г. принадлежит гонконгской компании **Defond**. Близкая специализация у **Dachang Industries Co.**

Unitop (IRTOUCH Systems Co.) – ведущий производитель сенсорных дисплеев в Китае. Его продукция покрывает 70% потребностей банковского сектора. Экраны с диагональю от 16 до 254 (!) см используются в киосках, банкоматах, игровом оборудовании, платежно-кассовых узлах, системах промышленного контроля не только в КНР, но и в Корее, Японии и европейских странах.

Happyline (China) Co. – специализированный производитель автоматов для приготовления и продажи напитков и супов, в том числе кофе, шоколада, чая, соков, горячей

и холодной воды, грибного супа, картофельного пюре и т.д. В зависимости от предполагаемого места установки и пожеланий заказчика, машины могут поставляться с платежной системой или без, с запасом стаканчиков или отпуском в тару потребителя. Экспортом занимаются внешнеторговый отдел в Шанхае и представительство в Гонконге.

eTone / Shanghai Asiacom Technology Co., Шанхай – разработчик и производитель электронных систем управления, контроля, диспетчеризации, а также киосков самообслуживания различного назначения (справочных, для продажи цифрового контента, зарядки мобильных телефонов и т.д.)

Наряду с рядом поставщиков узкого ассортимента специфических комплектующих, в выставке принимали участие крупные и широко известные межнациональные компании, которые зачастую не нуждаются в представлении, и их дочерние структуры в Китае. Перечислим их бо-

Shanghai Sheyue Electric Appliance Co. offers various electromechanical equipment (solenoid valves, pumps, switches and so forth), including a complete set of coffee and other vending machines. The supplier of valves is well-known Italian firm **ODE** owned from 2004 by **Defond** company (Hong Kong). Its speciality is close to that of **Dachang Industries Co.**

Unitop (IRTOUCH Systems Co.) – the leading manufacturer of touch displays in China. Its produce covers 70% of bank sector's needs. Screens with a diagonal from 16 up to 254 (!) cm are used in kiosks, ATMs, game equipment, cash-payment units, systems of industrial control not only over the Peoples Republic of China, but also in Korea, Japan and European countries.

Happyline (China) Co. – specialized manufacturer of automatic devices for preparation and sale of drinks and soups, including coffee, chocolate, tea, juices, hot and cold water, mushroom

soup, mashed potatoes, etc. Depending on installation place and wishes of the customer, machines can be delivered with payment system or without, having a stock of cups or pouring the drink into consumer's container (cup, thermos bottle, etc.). Export operations are performed by the foreign trade department in Shanghai and representation in Hong Kong.

eTone / Shanghai Asiacom Technology Co., Shanghai, designer and manufacturer of electronic control and dispatching systems, as well as self-service kiosks of various purpose (for inquiry, for sale of a digital content, mobile phones charging, etc.)

Alongside with a number of suppliers of narrow assortment of specific accessories, large and widely known international companies which usually do not require representation and their affiliated structures in China took part in the exhibition. We shall list them more or less in the order they appeared in the list of



Одно из совместных "детей" Panasonic и K.Com и его "родители" слева - Куадзиро Иида, руководитель группы Panasonic Electronic Devices; справа - Мюн Суп Юн, президент Korea Coin Mechatronic Co.
One of "common babies" born by Panasonic and K.Com and its "parents": left - Koujirou Iida, Panasonic Electronic Devices Co.; right - Youn, Myun Sup, president, K.Com



лее или менее в том порядке, в котором они фигурируют в списке участников:

Conlux – платежные системы **Mars Electronics (MEI)**;

ValTech International – мультинациональная компания со штаб-квартирой в Лас-Вегасе (США) и отделениями в Лондоне и Шенчжэне. Платежные системы Matrix широко используются S.M Coin;

International Currency Technologies Corporation (ICT);

Shanghai Elan Electronic Technology Co. – платежные системы Money Controls и CoinCo;

Necta Vending Solutions;

S.M Coin (Shanghai) Co. (см. стр. 19-24);

Panasonic Industrial (China) Co. – были представлены совместные с корейской компанией **K.Com** разработки банкнотоприемников модельных рядов EVC и EVD с модификациями для Кореи, Тайваня, России и Китая;

Lotte Engineering & Machinery Mfg. Co. корейская компания, владелец завода Venson по производству торговых автоматов в Кванджу;

Bianchi Vending of China Co. – ведущий производитель настольных кофейных автоматов и машин для офисного сектора в Китае; поставщики оборудования, брендированного под продукцию Nestle, Craft, Lipton, Pepsi и Coke, в Китае и страны Европы;

Coffee Queen Beverage Machinery (Shanghai) Co. В течение 35 лет компания со штаб-квартирой в Швеции поставляет на мировой рынок первоклассные кофе-машины. В ассортименте свыше 50 моделей, различающихся как дизайном, так и быстродействием, производительностью и т.д.;

Astrosystems (Far East) Ltd.;

Vesiel S.p.A – известный итальянский производитель платежных систем под марками Vesiel, Fage и EMS, в том числе систем безналичной оплаты, дистанционного контроля и т.д.

Coin-tech trading;

Eastman Kodak Co.;

ICS International B.V.;

eVending (iTrade.bz Corp.), Georgia, the USA.

participants:

Conlux – Mars Electronics (MEI) payment systems;

ValTech International – multinational company with headquarters in Las Vegas (USA) and branches in London and Shenzhen. Its Matrix payment systems are widely used by S.M Coin;

International Currency Technologies Corporation (ICT);

Shanghai Elan Electronic Technology Co. – Money Controls and CoinCo payment systems;

Necta Vending Solutions;

S.M Coin (Shanghai) Co. (see p. 19-24);

Panasonic Industrial (China) Co. – developments of cash acceptors of EVC and EVD series joint with Korean **K.Com** company with modifications for Korea, Taiwan, Russia and China have been presented;

Lotte Engineering & Machinery Mfg. Co. - Korean company, the owner of Venson vending machines factory in Gwangju;

Bianchi Vending of China Co. – the leading manufacturer of table top & OCS coffee vending machines; supplies equipment branded for Nestle, Craft, Lipton, Pepsi and Coke produce to China and European countries;

Coffee Queen Beverage Machinery (Shanghai) Co. For more than 35 years the company with headquarters in Sweden delivers first class coffee-machines to the world market. It has over 50 models in assortment differing both in design and in speed, productivity, etc.;

Astrosystems (Far East) Ltd.;

Vesiel S.p.A – well-known Italian manufacturer of payment systems under Vesiel, Fage and EMS brands, including systems of non-cash payment, remote control, etc.;

Coin-tech trading;

Eastman Kodak Co.;

ICS International B.V.;

eVending (iTrade.bz Corp.), Georgia, USA.

A member of International Association of

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS



Член международной ассоциации парков развлечений и аттракционов (IAAPA) и NAMA. Ассортимент выпускаемой техники разнообразен. В него входит автомат для приготовления и продажи лапши и др. расфасованных продуктов, киоск для отправки (с оплатой) небольших бандеролей, автоматы для продажи платежных карт, информационный киоск, автоматическая касса для оплаты при вселении в отель, разменные устройства, компактные (настенные) автоматы для продажи штучных товаров с сетевым или аккумуляторным питанием, киоск компьютерных услуг, автомат для продажи расфасованных напитков, автоматический гостиничный мини-бар (мини-магазин), устанавливаемый вместо стандартного холодильника размером 520 x 535x 520 мм.

На фоне массового участия СМИ в отечественных выставках China Vending Show смотрелась довольно скромно: печать была представлена лишь одним стендом, принадлежавшим немецкому издательскому дому **Vending Report**, который распространяет свои издания (на местных языках) в 7 европейских странах: Германии, Австрии, Швейцарии, Польше, Венгрии, Чехии и Словакии, являясь одновременно официальным органом **EVPA** – Европейской ассоциации печатных изданий по вендингу.

Amusement Parks and Attractions (IAAPA) and NAMA. The assortment of machines produced is wide. It includes a vending machine for cooking and sale of noodles and other

packaged products, a kiosk for sending (paid) small parcels, automatic devices selling payment cards, an information kiosk, automatic cash department for payment when checking in a hotel, change devices, compact (wall-installed) automatic devices for sale of piece goods with a net or a battery power supply, a computer kiosk, machine vending packaged drinks, an automatic hotel mini-bar (mini-shop), replacing a standard refrigerator with size 520 x 535x 520 mm.

On a background of mass participation of mass-media in Russian exhibitions China Vending Show looked modest enough: the press has been presented only by one stand belonging to German publishing house **Vending Report**, which distributes its editions (in local languages) in 7 European countries: Germany, Austria, Switzerland, Poland, Hungary, Czech Republic and Slovakia, being at the same time the official body of **EVPA** – the European Vending Press Association.



До встречи на Олимпиаде-2008!
See you at 2008 Olympics!

Вендинг – многообещающая отрасль

Выступление на конференции, приуроченной к 4-й Международной выставке вендинга и киосков, Китай, 2007

Уважаемые дамы и господа, сегодня я собираюсь осветить следующие вопросы:

I Японская индустрия вендинга:

1. История;
2. Современное состояние;
3. Проблемы, стоящие перед нами;

II Китайская индустрия вендинга:

1. Современное состояние и потенциальные возможности;

2. Место вендинга в розничной торговле;

3. Как реализовать возможности;

Думаю, что хорошим дополнением к этой программе послужат статистические данные о структуре японского вендинга (см. Приложение)

Итак, по порядку.

Количество торговых автоматов, установленных в Японии, менялось в последние полвека следующим образом:

Основными причинами такого бурного роста отрасли я считаю:

1. Общественный мир и спокойствие;
2. Массовое обращение монеты достоинством 10 йен (1 доллар по современному обменному курсу);
3. Внедрение автоматов по продаже транспортных билетов;
4. Разработка автоматов по продаже горячих и холодных напитков в банках, включая кофе.

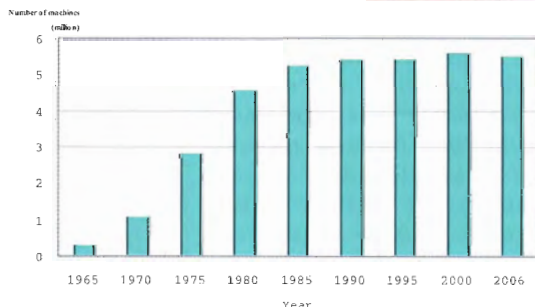
Сегодня основная статистика отрасли выглядит следующим образом:

* Из общего количества 5,5 млн установленных торговых автоматов 2,66 млн предназначены для продажи напитков, 0,56 млн – табачных изделий

* Годовой объем продаж через все эти ав-



Такаши Куросаки, гендиректор Японской ассоциации производителей торговых автоматов (Токио)
Takashi Kurosaki – CEO, JVMMA (Tokyo)



Число торговых автоматов в Японии, млн. шт.
Number of vending machines in Japan, mn

Vending – the Promising Industry

Presented to the conference at "4-th China International Vending and Kiosk show", China, 2007

Dear ladies and gentlemen, today I am going to elucidate the following questions:

I. Japanese Vending Industry:

1. History;
2. Present condition;
3. Issues we are facing to.

II. Chinese Vending Industry:

1. Present condition and potentiality;

2. Demand of automated systems in retailing;

3. How to realize the promise.

I think that the statistical data about the structure of Japanese vending (see the Appendix) will serve a good addition to this pro-

gram.

So, in succession.

The quantity of vending machines in Japan changed during the last fifty years as follows:

I consider as principal causes of such rapid growth of the branch:

1. Public peace and order;
2. Mass circulation of 100 yen coin (1 dollar under the modern exchange rate);
3. Introduction of vending machines selling tickets;
4. Development of vending machines for sale of canned hot & cold beverages, including coffee.

Today the statistics of the branch looks as follows:

* 5.5 million vending machines are on

томаты составляет 430 млрд юаней, или 60 млрд долларов США;

* Почти все автоматы по продаже напитков и табачных изделий принимают 4 вида монет: 10, 50, 100 и 500 йен

* 70% автоматов по продаже напитков и 95% табачных машин принимают купюры 1000 йен.

Хочу обратить ваше внимание на различие в структуре китайской и японской автоматизированной торговли.

К основным проблемам, которые стоят перед японским вендингом, я бы отнес следующие:

1. Проблема охраны окружающей среды, в том числе энергосбережение, переход на экологически безопасные хладагенты, утилизация списанных автоматов.

За период с 1991 по 2006 г. удалось сократить энергопотребление автоматов по продаже напитков в банках на 50%. В 2000 г. был завершен переход с хладагентов CFC/HCFC (хлорфторуглеродов и гидрохлорфторуглеродов) на HFC (гидрофторуглероды).

2. Противодействие преступности, в том числе внедрение систем автоматического оповещения о попытках вскрытия или хищения автомата. Также предприняты меры по выявлению фальшивых монет и купюр и их имитаций.

3. Борьба с продажей табачных изделий и алкогольных напитков несовершеннолетним. С этой целью внедряются системы контроля возраста покупателя: на автоматах для продажи пива с 2000 г. с этой целью используются карточки с магнитной полосой и водительские права; на сигаретных автоматах с 2008 г. будут использоваться бесконтактные чиповые карточки.

Поговорим теперь о китайском вендинге. Согласно различным оценкам, в настоящее время в стране установлено от 20 до 40 тысяч торговых автоматов, то есть менее 1% от числа установленных в Японии. Конечно, история китайского вендинга началась всего лет десять назад, в конце прошлого столетия. Тем не менее, итоги этого десятиле-

location: Beverage – 2.66 million, Tobacco – 0.56 million;

* Annual sales volume through vending machines makes 430 billion yuans, or 60 billion US dollars;

* Almost all of beverage and tobacco vending machines accept 4 kinds of coins: 10, 50, 100 and 500 yens;

* 70% of beverage machines & 95% of tobacco machines accept 1000 yens.

I wish to pay your attention to distinction in structure of Chinese and Japanese vending.

To the basic problems which Japanese vending faces to, I would relate the following:

1. A problem of preservation of the environment, including energy saving, transition to ecologically safe coolants, recycling of the written off vending machines.

For the period from 1991 to 2006 the energy consumption of machines vending canned drinks was reduced to 50%. In 2000 the transition from CFC/HCFC

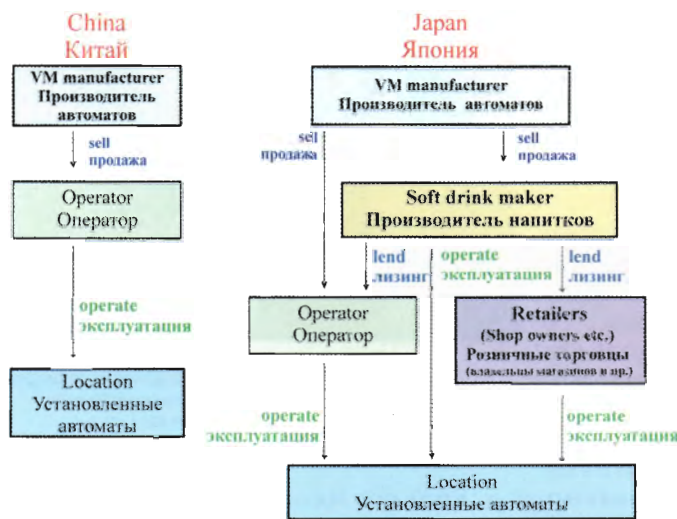
coolants to HFC coolants has been completed.

2. Countermeasures against criminality, including introduction of automatic notification system for the attack to VM. There are also taken measures for counterfeit and fraud coins and banknotes.

3. Struggle against sale of tobacco products and alcoholic drinks to the juvenile. With this purpose age verification system is introduced: on VMs selling beer from 2000 with this purpose magnetic stripe cards and driving license cards are used; on tobacco machines contactless IC cards will be used from 2008.

Let's talk about Chinese vending now. According to various estimates, from 20 to 40 thousand VMs are established in the country now. This is only 1% from the number of VMs established in Japan. Certainly, the history of Chinese vending has begun all about ten years ago, since

Различие структур китайского и японского вендинга
The difference of structure of the industry between China & Japan



тия я рискнул бы счесть пока неудовлетворительными.

Попробуем оценить перспективы. Население КНР сегодня 1200 млн чел. — почти в 10 раз больше, чем в Японии. Годовой рост экономики — около 10%. Растет уровень жизни, особенно в крупных городах, где наблюдается дефицит рабочей силы. Последнее обстоятельство позволяет считать, что развитие розничной торговли потребует расширения внедрения в нее автоматов. Торговый автомат — это важное средство снижения трудоемкости розничной торговли посредством ее автоматизации. При этом я хотел бы уточнить одно обстоятельство. Есть люди, которые не понимают самого значения слова «автоматизация». «Автоматизация» совсем не означает, что людям не нужно работать. Оно означает, что процесс бизнеса рационализируется.

Итак, я уже говорил, что считаю вендинг многообещающей отраслью в Китае. Почему же сегодня ситуация неудовлетворительна? Думаю, что причина в недостатке опыта у операторов. Об этом свидетельствуют, в частности, мои личные впечатления:

- * Зачастую китайские автоматы отказывались принимать мои банкноты и монеты.

- * Некоторые автоматы, деликатно выражаясь, не выглядели чистыми.

- * Цены на напитки, продаваемые автоматами, иногда были выше, чем в продовольственных магазинах.

- * Нурге в автоматах не продавались горячие напитки в банках, о которых я мечтал холодной зимой.

На самом деле, для реализации надежд, возлагаемых на торговые автоматы, нужно всего лишь (!) увеличить объем продаж. В свою очередь для этого требуются надежные автоматы, привлекательные товары и, конечно, чистота. Если посмотреть на проблему глубже, то окажется, что для рационализации и повышения прибыльности операторской деятельности полезны такие вещи, как дистанционная передача данных (телеметрия), безналичная оплата, снижение энергопотребления. Но в заключение я хотел бы еще раз подчеркнуть, что у Китая есть огромный потенциальный рынок вендинга, и вы можете его развить и сделать более культурным, стараясь сделать свои машины максимально привлекательными для клиентов. Сопоставляя ситуацию и размеры населения в наших странах, рискну утверждать, что в Китае должно быть установлено уж никак не меньше 5 млн автоматов. Желаю вам на этом поприще успехов и благодарю за внимание.

the end of last century. Nevertheless, the results of this decade I would risk to consider unsatisfactory.

Let's try to estimate the prospects. The population of the Peoples Republic of China is 1200 million today — almost 10 times more than in Japan. The annual growth of economy is about 10%. The standard of living is rising, especially in large cities where shortage of a labour is observed. This will bring the demand of automated systems in retailing. Vending machines are important method to decrease labouriousness of retail trade by means of its automation. I would like to specify one circumstance. Some people misunderstand the meaning of word «automation». «Automation» does not mean at all that people do not have to work. It means that process of business is rationalized.

I already said that I consider vending to be a promising branch in China. Why the situation is unsatisfactory today? I think that the reason is in lack of operators' experience. My personal impressions testify to it, in particular:

- * Chinese VMs often refused to accept my banknotes and coins.

- * Some machines, delicately expressing myself, did not look clean.

- * The prices for the drinks sold by VMs, were sometimes higher than in food shops.

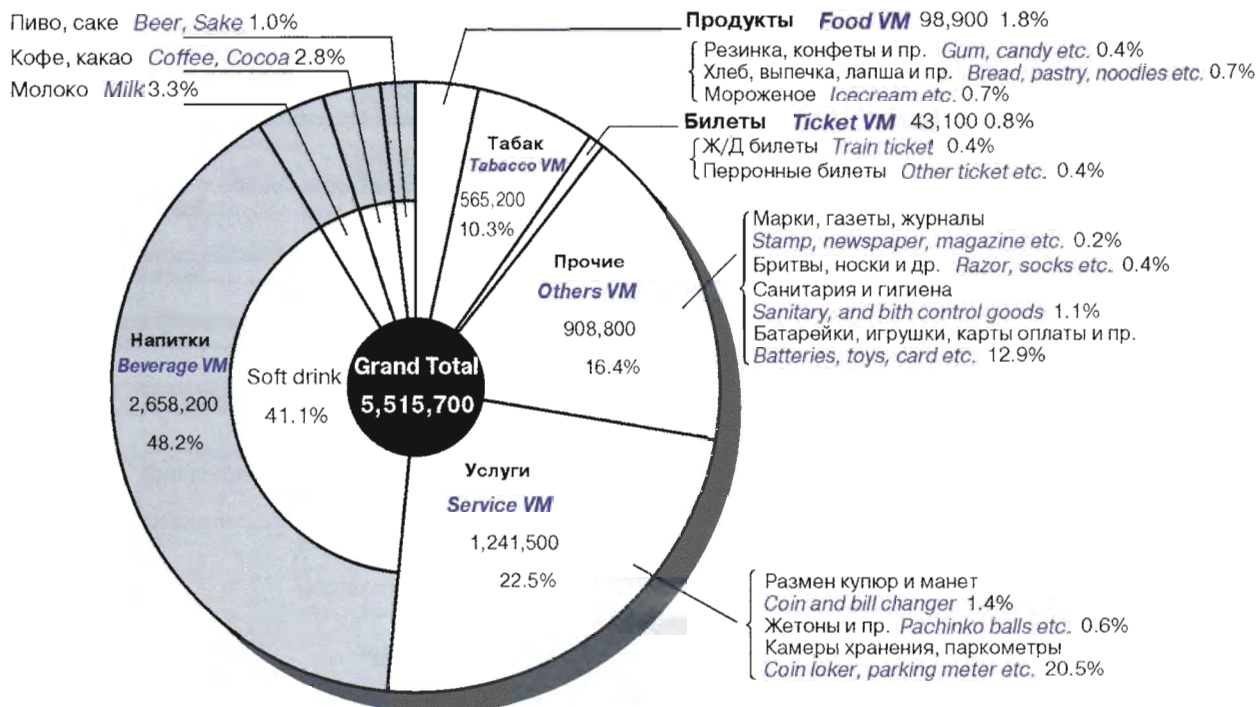
- * Nowhere in VMs canned hot drinks which I dreamed of during the cold winter were not on sale.

Actually, for realization of hopes assigned to vending machines, it is necessary to increase the sales volume only (!). For this purpose reliable machines, attractive commodities and, certainly, cleanliness are required. If to look at the problem deeper, it will turn out that for rationalizing of operators' work and making profit bigger, such things, as remote data transmission (telemetry), non-cash payment, decreasing of energy consumption are useful. In conclusion I would like to emphasize once again that China's vending market has huge potential, and you can develop and make it more cultural, trying to make machines as attractive as possible for your clients. Comparing the situation in our countries, I would risk and assert that not less than 5 million vending machines should be established in China. I wish you success in this field. Thanks for attention.

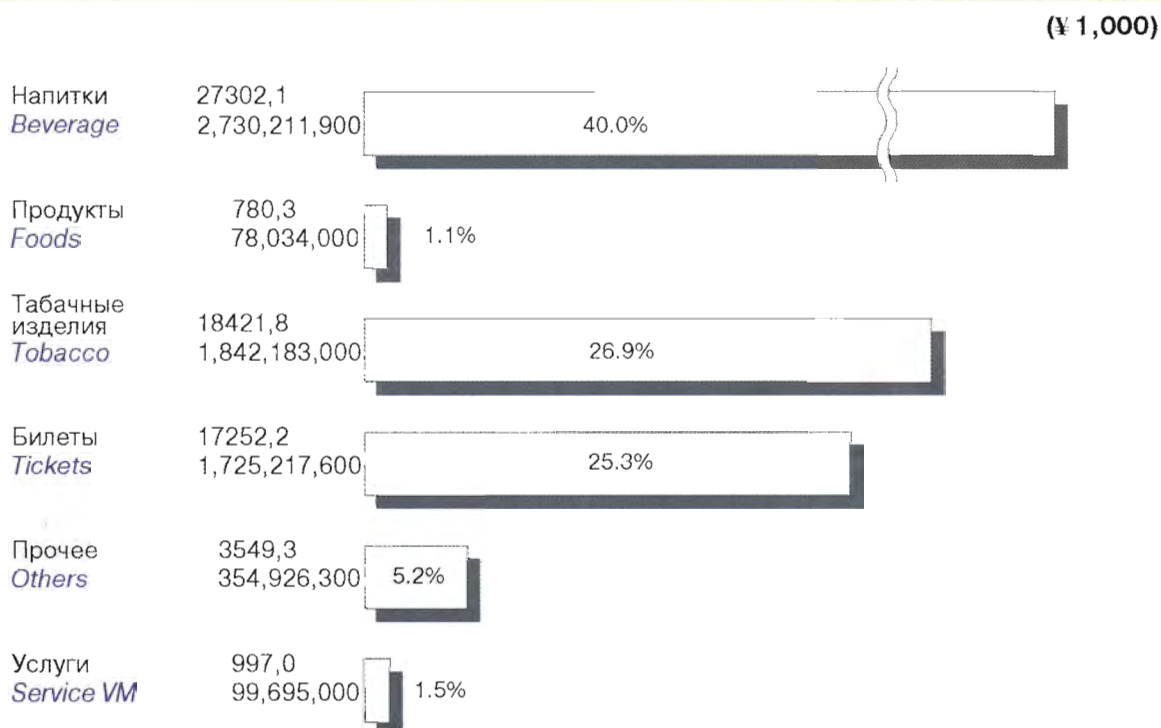
Виды автоматов и объемы продаж различных товаров и услуг Diffused Units of Vending Machines and Annual Vend Product Sales

Вид автомата Type	Товар/услуга Vend Product	Количество автоматов Diffused Units	В % к пред. году Ratio to Previous Year	Объем продаж продукта, янв.-дек. 2006, млн. USD Vend Product Sales Jan.-Dec. 2006 (¥ 1,000)	В % к пред. году Ratio to Previous Year (%)
Для напитков Beverage VM	Б/алк. напитки <i>Soft drink</i>	2,270,000	99.6	23152,7 2,315,168,500	98.6
	Молоко <i>Milk</i>	180,000	99.4	1697,1 169,714,200	98.5
	Кофе, какао (в розлив) <i>Coffee, Cocoa (Cup type)</i>	154,200	99.8	1508,3 150,829,200	98.8
	Пиво, sake <i>Beer, Sake</i>	54,000	91.5	945,0 94,500,000	91.7
Итого по напиткам: Beverage sub-total:		2,658,200	99.4	27302,1 2,730211,900	98.3
Для продуктов Food VM	Резинка, конфеты, шоколад и др. <i>Gum, candy, chocolate, others</i>	18,300	80.3	31,1 3,110,00	80.4
	Хлеб, выпечка, снеки, попкорн <i>Bread, pastry, snack, popcorn</i>	5,800	101.8	28,3 2,829,900	101.7
	Закуски, лапша, бутерброды <i>Lunch, instant noodles, sandwich</i>	35,000	101.4	345,8 54,581,000	101.5
	Мороженое <i>Ice cream, ice</i>	39,800	100.3	175,1 17,513,100	100.3
Итого по продуктам: Food sub-total:		98,900	96.3	780,3 78,034,000	100.1
Для табачных изд. Tobacco VM	Табачные изделия <i>Tobacco</i>	565,200	91.7	18421,8 1,842,183,000	93.9
Для билетов Ticket VM	Ж/д билеты <i>Train tickets</i>	21,000	101.0	14965,6 1,496,560,000	100.1
	Перонные билеты и пр. <i>Meal, platform entry ticket etc.</i>	22,100	100.5	2286,6 228,657,600	100.5
Итого по билетам: Tickets sub-total:		43,100	100.7	17252,2 1,725,217,600	100.2
Прочие автоматы д/товаров Others VM	Марки, открытки и пр. <i>Stamps, postcards etc.</i>	2,000	83.3	31,9 3,187,200	83.0
	Бритвы, носки, бумага <i>Razor, socks, tissuepaper</i>	123,900	99.9	416,8 41,675,400	99.4
	Газеты, журналы <i>Newspaper, magazine</i>	8,700	98.9	82,0 8,196,500	98.9
	Предметы гигиены и санитарии <i>Sanitary and birth control goods</i>	60,200	99.8	211,7 21,170,00	99.9
	Батарейки, игрушки, карты оплаты и т.д. <i>Batteries, toys, prepaid card etc.</i>	714,000	100.4	2807,0 280,697,200	100.4
Итого по прочим товарам: Others sub-total:		908,800	100.3	3549,3 354,926,300	100.0
Всего по автоматам для товаров: Total automatic vending machines:		4,274,200	98.4	67305,7 6,730,572,800	97.6
Автоматы для услуг Service VM	Размен купюр и монет <i>Coin and bill changer</i>	78,000	98.7	–	–
	Цифровой контент, жетоны, мячи <i>Video soft, pachinko balls, golf balls</i>	32,100	100.3	–	–
	Камеры хранения, паркометры и пр. <i>Coin locker, parking meter etc.</i>	1,131,400	100.3	997,0 99,695,000	100.3
Итого по услугам: Service sub-total:		1,211,500	100.2	997,0 99,695,000	100.3
Общее количество: Grand Total:		5,515,700	98.8	68302,7 6,830,267,800	97.7

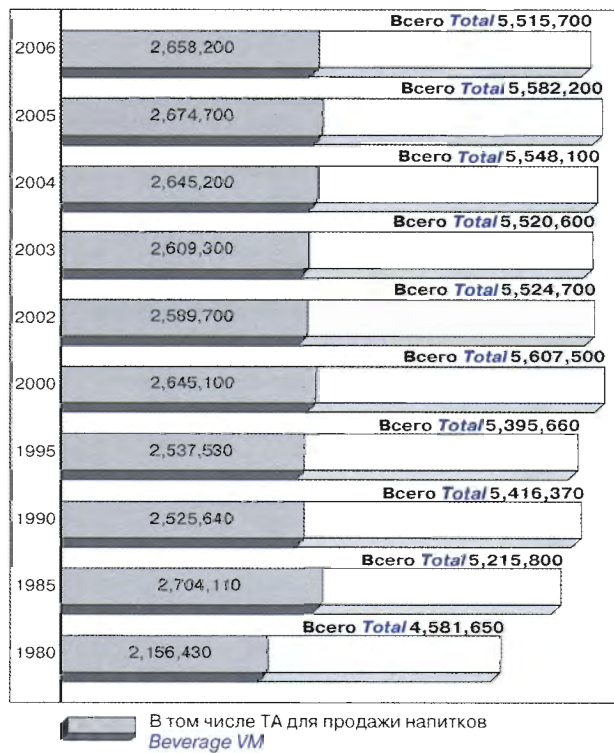
Структура парка торговых автоматов Diffused Units of Vending Machines Composition Ratio



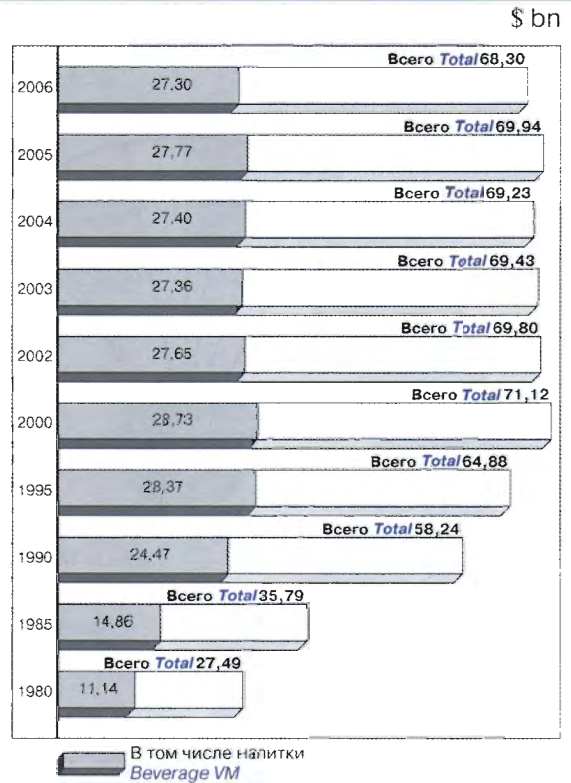
Структура объема продаж через торговые автоматы, млн. USD Annual Vend Product Sales Composition Ratio



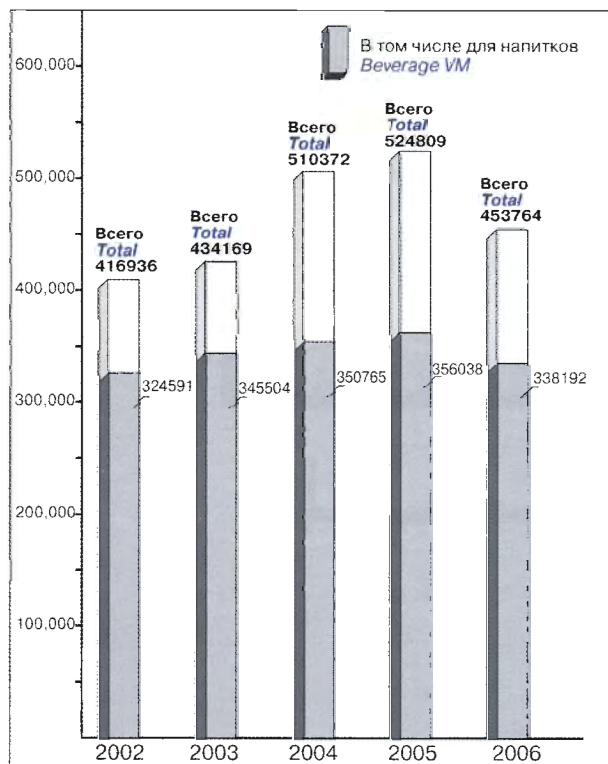
Изменение числа торговых автоматов по годам, шт. Changes in Vending Machines by Number of Units



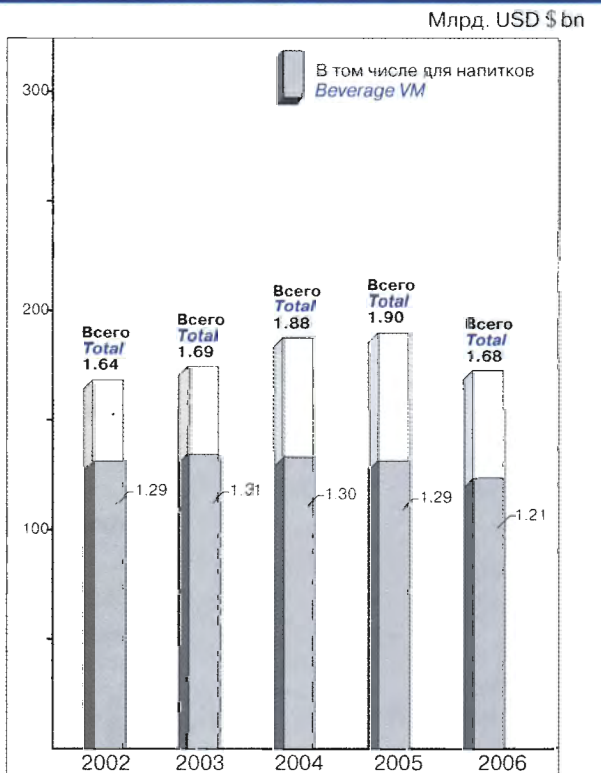
Изменение объема автоматизированной торговли, млрд. USD Changes in Vend Product Sales



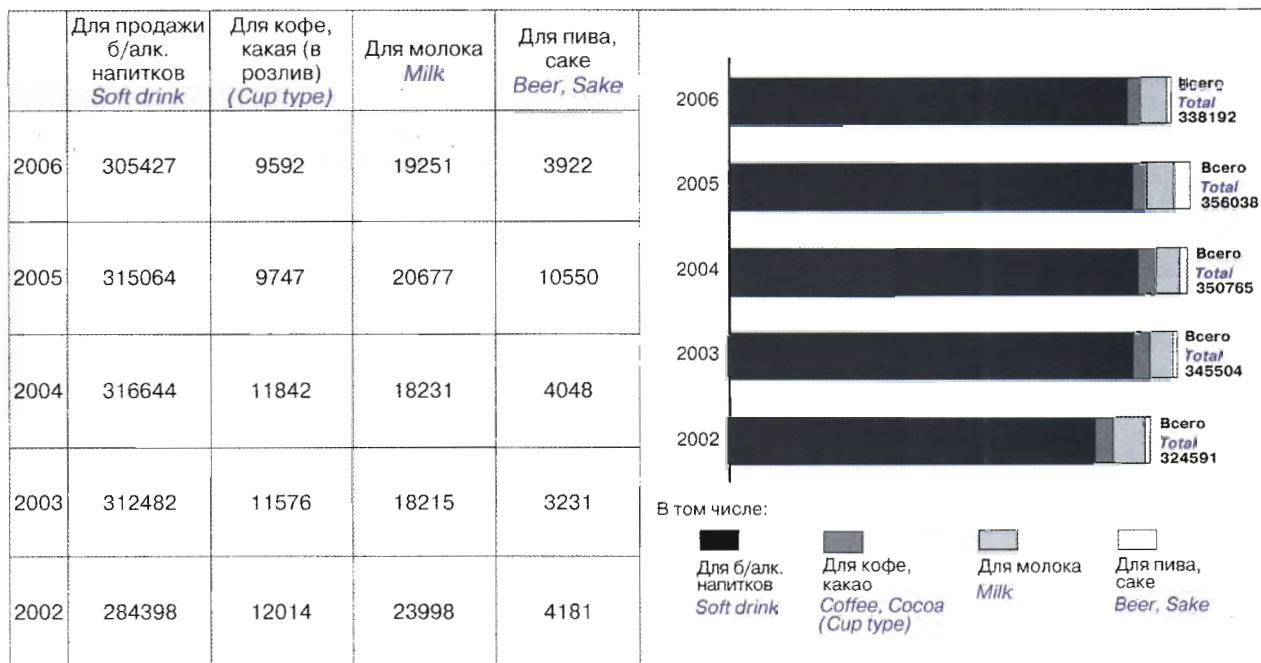
Поставки автоматов по годам, шт. Changes in Vending Machines Shipments by Number of Units



Поставки автоматов по годам, в денежном выражении Changes in Vending Machines Shipments by Number of Units

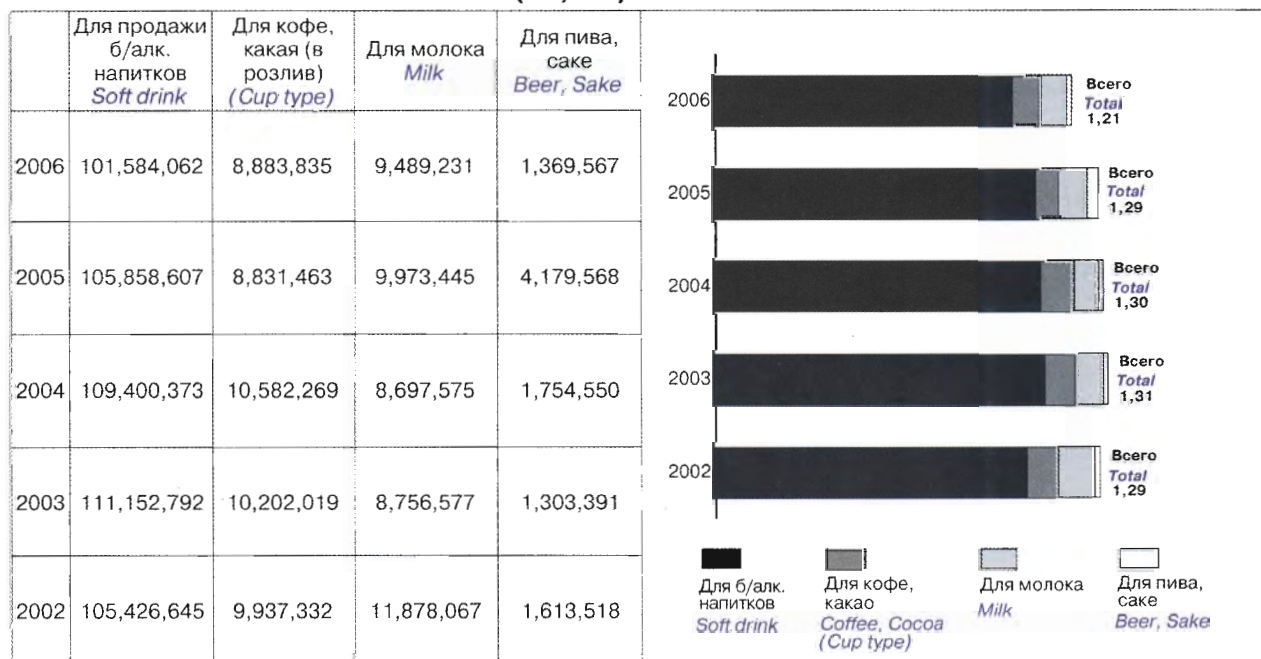


Поставки автоматов для продажи напитков, шт. Changes in Beverage Vending Machines Shipments by Number of Units



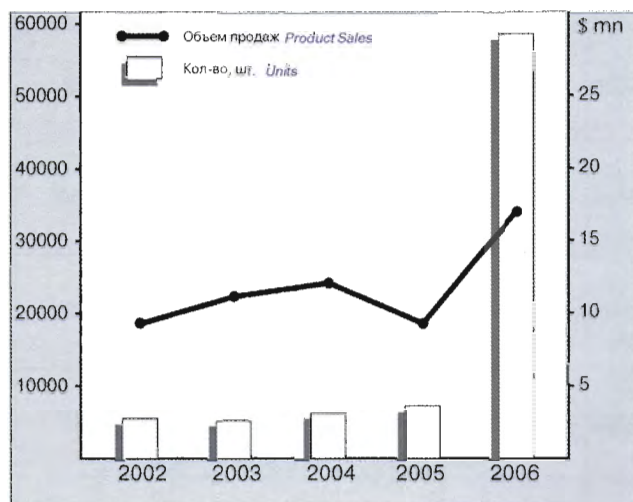
Поставки автоматов для продажи напитков, в денежном выражении Changes in Beverage Vending Machines Shipments by Yen Value

(¥ 1,000)



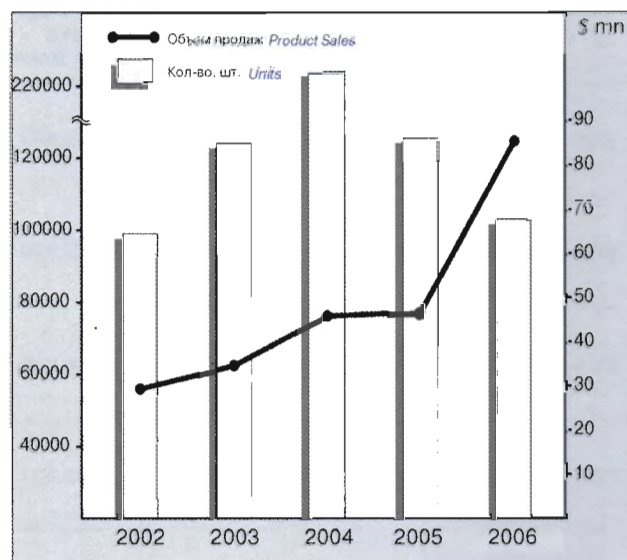
Экспорт торговых автоматов (по данным Минфина Японии), янв. - дек. 2006 Export of Vending Machines by Ministry of Finance

Страна-импортер <i>Country</i>	Кол-во, шт. <i>Units</i>	Объем продаж, тыс. USD <i>Product Sales</i>
Korea	46802	5474.26
USA	3788	693.59
Taiwan	3021	5897.25
Malaysia	2525	559.04
Hong Kong	1585	3344.19
Australia	542	107.01
Thailand	245	227.09
Singapore	181	478.88
China	157	154.23
Philippine	82	5.59
Belgium	5	53.82
Russia	4	6.58
Saudi Arabia	3	5.23
Germany	1	4.00
Guam	1	3.14
India	1	20.89
UK	1	5.00
Всего Total	58944	17039,79



Импорт торговых автоматов (по данным Минфина Японии), янв. - дек. 2006 Import of Vending Machines by Ministry of Finance

Страна-экспортер <i>Country</i>	Кол-во, шт. <i>Units</i>	Объем продаж, тыс. USD <i>Product Sales</i>
Thailand	42528	4777.25
Indonesia	39351	70070.17
China	21291	3565.33
Taiwan	6775	722.41
Korea	2304	4838.93
Canada	1464	421.87
Denmark	534	703.75
UK	456	539.99
USA	338	157.03
Malaysia	329	49.76
Hong Kong	51	38.52
Italy	8	127.95
Germany	7	34.44
Singapore	4	10.97
Spain	3	9.94
Netherlands	1	2.71
Philippine	1	5.42
Всего Total	115445	86076.44



10 способов привлечь клиента

1 Le Royal Prima Karra

Сублимированный кофе с **хорошо сбалансированным вкусом**. Гранулы кофе обработаны маслами для предотвращения попадания частичек кофе в узлы автоматов.



6 и 7 Le Royal Vanilla Cappuccino

Ванильный капучино с высоким содержанием (не менее 10%) кофе. Готовый напиток имеет ванильный аромат и великолепный сливочный вкус.

8 Le Royal Choco Red

Горячий шоколад с содержанием какао-порошка не менее 15%. Присутствие во вкусе небольшой горчинки придает шоколаду особую пикантность.

9 Le Royal Choco Green

Горячий шоколад с содержанием какао-порошка не менее 9,5%. Обладает классическим вкусом, так любимым российскими потребителями шоколада.



3 Cafe Fiesta

Сублимированный кофе, 100 % Арабика, с **мягким ровным вкусом**, идеальным для любого времени дня.



4 Le Royal Whitener

Сухие растительные сливки с **идеальным соотношением "цена-качество"**. Рекомендуемая дозировка 3 г на 150 мл.



5 Le Royal Gourmet Topping

Сухие молочные сливки, идеально сочетаются с любым видом кофе. При приготовлении капучино и кофе Латте дают **густую стабильную пенку**.



10 Le Royal Lemon Tea

Быстрорастворимый чай с гармоничным ровным вкусом и ароматом **свежезаваренного чая с лимоном**.



Компания EUROGRAN является одним из лидеров европейского рынка растворимых ингредиентов. Все продукты EUROGRAN - первоклассного качества и полностью отвечают условиям, необходимым для бесперебойной работы кофейных автоматов.

Эксклюзивный дистрибьютор в России и странах СНГ:
"Ассорти - сеть торговых автоматов"
111250, г. Москва,
Красноказарменный проезд, д. 1,
Тел/факс: +7 (495) 361-9365,
361-9556, 221-8417,
<http://www.assorti.ru>,
e-mail: info@assorti.ru

ПРОМО - АКЦИЯ!
При покупке ингредиентов EUROGRAN клиент получает накопительный бонус.
Подробности см. на сайте www.assorti.ru

Развитие технической базы и перспективы индустрии вендинга в Китае

Джин У, профессор, Инженерный центр распознавания банкнот и самообслуживания (Хунань, КНР)

С равномерным и быстрым ростом китайской экономики, повышением доходов и уровня жизни людей, приближением Олимпийских игр в Пекине и Всемирной выставки в Шанхае, а также городским строительством и реформированием, китайская индустрия вендинга, стартовавшая в самом конце прошлого века, оказалась в на редкость выгодных для развития условиях. Согласно имеющимся оценкам, китайский рынок автоматизированной торговли будет расширяться на десятки тысяч автоматов в год. Одновременно развитие индустрии вендинга будет благоприятно сказываться на расширении производства продуктов питания, напитков и товаров повседневного спроса, а также на росте числа рабочих мест.

Оглядываясь на путь, которым шло развитие отрасли в течение последних десяти лет, мы можем констатировать, что наши предприятия сумели решить ключевые технические вопросы, стоящие перед разработчиками торговых автоматов, в том числе связанные с конструкцией и программным обеспечением контроллеров, применением протокола MDB, транспортировкой покупки, самодиагностикой неисправностей и надежностью, автоматическим терморегулированием, распознаванием банкнот и монет и безналичной оплатой, общим дизайном машин, технологией их производства и испытаний. Одновременно мы наблюдаем, как с развитием роста популярности информационных технологий, беспроводной связи и Интернета, а также повышением требований к экологичности и энергосбережению, трансформируются и критерии оценки торговых автоматов и требования к ним. С учетом этого можно ожидать, что в обозримом будущем на внутреннем рынке появятся следующие продукты:

1. недорогие системы дистанционного управления автоматами и их группами, позволяющие выявлять неполадки и следить за расходом товаров и ингредиентов;
2. прямая и дешевая связь автоматов с интернетом, благодаря чему покупатели смогут в процессе покупки следить за новостями и рекламой по видео- и аудиоканалам, а также вступать в общение с персоналом фирмы оператора;
3. машины, с помощью которых можно будет прослушивать, просматривать, а затем и приобретать музыкальный и видеоконтент для сотовых телефонов, MP3 и MP4 плееров как напрямую, так и на различных носителях, что наверняка будет тепло воспринято молодежью;
4. машины, которые смогут в заданное время транслировать новости, песни или клипы;
5. машины с эффективным охлаждением, которые будут гарантировать свежесть и сохранность охлажден-

Technology Development and Opportunity Prospects of the Chinese Vending Industry

*Professor Jin Ou
Hunan Engineering Center for Banknote Recognition and Self-Service*

With the smooth and rapid growth of the Chinese economy, the rise of labors' pay, improvement of people's living standards, approach of the Beijing Olympic Games and World Expo Shanghai, and the acceleration of the urban reformation and construction, the Chinese vending Industry that started at the end of last century has ushered in rare development opportunities. It is predicted that the Chinese vending market will increase at the rate of annual addition of tens of thousands of machines. Meanwhile, the development of the vending industry can also promote food, beverage and daily consumer goods industries and increase new job opportunities.

Looking back at the growth of the Chinese vending industry, we see that through ten years' efforts by local enterprises, we have mastered the core technology of vending machines, including VMC (Vending Machine Controller) software and hardware design, MDB (Multiple Drop Bus) protocol application, delivery system, fault self-diagnosis and fault-tolerant design, refrigeration computer temperature control, banknote / coin identification and cashless (IC card and cell phone purchasing) payment, whole-machine design, manufacturing and testing and other techniques. Meantime, we also see that, with the popularization of IT, wireless communication technology and Internet, as well as application of environmental protection and energy-saving technology, vending machines will be developed towards the direction of entertainment, intelligence, information, networking, energy-saving and environmental protection. It can be predicted that in the near future, the following home-made products will emerge: 1) low-cost remote monitoring vending operation, vending network grouping operation management system that can find out-of-stock in machines and faults; 2) vending machines that can go online by the INTERNET with low cost, so that consumers can watch news and ads while shopping, together with camera and display screen, they can communicate with managing personnel by sound and image; 3) machines that can have such functions as trial-listening, trial-watching and trial-use and can pay to download cell-phone music rings, MP3 and MP4, such machines will warmly be received by fashionable youngsters and will mainly be used to sell MP3/MP4/CD/DVD/digital camera/cell phone, etc.; 4) machines that can automatically timely broadcast news, songs or DVD pro-

ных и замороженных продуктов, включая фрукты и мороженое;

6. машины с роботизированной выдачей;

7. машины, которые будут соответствовать отечественным и мировым экологическим стандартам, включая вопросы утилизации, а также требованиям энергосбережения;

8. машины, которые будут отвечать потребностям китайского рынка с точки зрения доходности, ассортимента товаров, выдачи сдачи, надежности, малых эксплуатационных расходов. Очень важно, чтобы можно было организовать их массовое производство, а цена автомата была порядка 10 тыс. юаней (около 1300 долларов США, или 35 тыс. рублей – Ред.), что гарантировало бы их быструю окупаемость при достаточно интенсивной эксплуатации. Можно считать, что такие машины пришли бы во вкусу китайским вендинг-операторам.

Заглядывая в будущее, мы думаем, что в Китае следовало бы уделить особое внимание следующим направлениям развития вендинга:

1. общенациональная программа обеспечения молоком школьников и студентов;

2. внедрение самообслуживания в отелях эконом-класса и общежитиях, включая стирку белья, копирование и рассылку документов, продажу товаров повседневного спроса;

3. лицензированная продажа программного обеспечения, цифровых носителей, книг и журналов;

4. реализация табачных изделий с использованием удостоверений личности, которая исключала бы продажу несовершеннолетним и торговлю контрафактом, продвигала бы качественную отечественную продукцию и опиралась на поддержку правительства;

5. организация мини-супермаркетов в таких местах, как теле- и радиостанции, типографии, казармы, почтовые сортировочные узлы и т.д.;

6. установка автоматизированных аптечных киосков в местах проживания приезжих рабочих, что способствовало бы решению задач здравоохранения, планирования семьи и пр.;

7. движение в направлении «цифрового города» с информационными киосками, «умными» остановками городского транспорта и другими усовершенствованиями;

8. расширение мобильной и интернет-торговли, продажи различных карт, в том числе для универсальной оплаты городских услуг, комбинированные решения задач увязывания информационных потоков и логистики;

9. всякого рода самообслуживание в сфере отдыха, развлечений и туризма, от продажи лотерейных билетов до страховки.

Подводя итог, можно утверждать, что у китайского вендинга есть хорошие перспективы, хотя дорога длинна, и на ней китайских производителей и операторов ждут серьезные трудности. Развивая внутренний рынок, мы должны внимательно следить за рынком мировым, учиться и перенимать опыт у зарубежных коллег, максимально приводить в действие резервы таланта, кооперации, производственного опыта научных школ и, развиваясь гармонично, сделать китайскую индустрию вендинга большой и сильной. И мы уверены, что перед китайским вендингом – светлое будущее!

grams; 5) in factories machines that can adopt advanced refrigeration technology and have fresh-keeping, cold storage and freezing functions, that can sell fruit and ice-cream; 6) that work with robot arm; 7) that can meet the green EP demands at home and abroad; that can be recovered and be energy-saving; 8) that can meet the needs of the Chinese markets with basic functions of collecting money, delivery of goods and exchange-giving and that are stable in quality, low in operation cost, that can be mass-produced and the whole machine price is at the rate of RMB 10000 or so and guarantee quicker return of investment after going into operation on a large scale. Such machines mentioned above should be best liked by the Chinese vending operators. Looking ahead at the future of the Chinese vending industry, we think that China has the following opportunities that are worth attention: 1) milk vending operation project for pupils and students of primary and secondary schools nationwide; 2) self-service of economy-class chain hotels, campus, and apartments (self-laundry, self-printing, copying, faxing, card-selling and value-adding) and sales of daily necessities; 3) vending sales channels for authorized software and discs, CD, DVD, books and magazines; 4) cigarette vending network that have ID card and driver's license identification functions, that can restrict minors' use and smuggled cigarettes, that can obtain government's support and specialize in qualified homemade cigarettes; 5) man Less vending mini-supermarket projects at enclosed places such as TV stations, radio stations, newspaper printing plants, military barracks, and large postal sorting centers, etc.; 6) projects of automatic delivery equipment and vending machines that have «public medicine box» function, that can enter entertainment places, residential communities, and gathering places of migrant workers, that can cooperate with family planning work and disease control to give out birth-control devices, medicine and health goods; 7) project that can work with «digitized city» information kiosks, intelligence bus stop and kiosk reconstruction; 8) vending distribution projects that can promote mobile commerce, E-commerce, cell phone payment, urban one-card-to-everywhere projects; that can combine information flow with logistics; 9) that can provide self-service for leisure, entertainment, and tourism and that can sell lottery tickets and insurance.

To sum up, there are huge potentials for the Chinese vending industry. For the Chinese vending manufacturers and operators, the burden is heavy and the road is long. In addition to opening up domestic market, we should study international market, learn and copy the experience of success from foreign colleagues, bring the talent resources and manufacturing advantages of production, school and research into full play, coordinate technology, manufacture, operation and market so as to develop harmoniously and to make the Chinese vending industry big and strong! We are confident that the Chinese vending industry will see bright prospects!



Сколько же на свете интересного! Только в Западной Европе регулярно проходит полдюжины специализированных выставок, посвященных вендингу. Даже с учетом того, что они обычно разнесены во времени, успеть везде ну очень сложно (и, добавим, недешево). К счастью, есть в редакционном активе люди, способные прийти на помощь и посетить мероприятия, которые в противном случае могли бы остаться «неохваченными». В этом смысле редакция особо признательна В.А. Ракитскому, который после посещения международных выставок обязательно делится впечатлениями. Это особо ценно, поскольку эрудиция и профессионализм Валерия Алексеевича общеизвестны. В этом номере он делится впечатлениями от выставки AVEX - 2007, проводившейся с 24 по 26 апреля в Экспоцентре Эрлс-Корт (Лондон), отвечая на вопросы редакции.

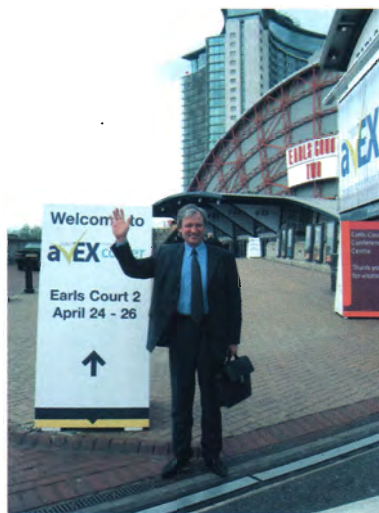
— Что в этой выставке, как Вам представляется, было типичным, а что — особенным?

— Должен сказать, что выставка была достаточно традиционной. Основной упор был сделан на английских экспонентах. Сопоставление с предыдущими выставками показывает, что состав участников меняется мало, популярность как минимум не растет. В разговоре со мной представители ряда фирм отмечали невысокую экономическую эффективность своего участия, в связи с чем они намереваются сократить в дальнейшем свои заявки на выставочные площади, некоторые уже так и поступают. В этот раз не было, например, таких роскошных стендов, как бывали у компании **Lavazza**. Разумеется, такие крупные участники,

There are so many interesting things in the world! Half a dozen specialized vending exhibitions are regularly held in Western Europe. In spite of the fact that they are taking place at different time, it's rather difficult to attend at all these events. Fortunately, there are some people in our editorial council ready to help and visit exhibitions which otherwise might had been missed. In this connection we are especially grateful to Mr. Rakitsky who is always ready to share his impressions after visiting international exhibitions. This is particularly valuable because of Valery Alexeevich's generally known erudition and professionalism. In this issue he answers our questions and tells us about AVEX - 2007, the UK vending industry's premier exhibition which was held at Earls Court, London, on April 24-26.

— What was typical and what — particular at this exhibition?

— I should say the exhibition was rather traditional. English exponents were accentuated. The comparison with former exhibitions shows that participants are more or less the same and the popularity of this kind of exhibitions does not increase, it even decreases. Representatives of some firms told me that the economical efficiency of their participation is not high. In this connection they are going to reduce their claims for exhibitory area. Some of them have already done it. For instance, there were no such luxurious stands as **Lavazza** had before. Of course, such partici-





как **Necta**, **Bianchi**, **Nestle**, были представлены. Но вот крупнейший межнациональный оператор **Autobar**, который в прошлый раз имел хороший стенд, на этот раз счел это нецелесообразным. Была представлена **Selecta UK**, являющаяся частью **Selecta Group** – самого крупного в Европе вендинг-оператора, работающего более чем в 24 странах Европы и приносящего в год около 700 млн фунтов дохода. В Объединенном королевстве и Ирландии **Selecta UK** обеспечивает работой 1100 человек. Они обслуживают около 20 тыс. точек продаж (вендинговых машин) от железных дорог до учебных и лечебных заведений. Сама компания так определила новые концепции, нашедшие отражение на ее стенде:

- * Вендинг-система класса премиум **Coffee Tower**, предназначенная для приготовления и реализации горячих напитков с использованием свежего молока;

- * Брендовые автоматы для продажи безалкогольных напитков в банках и бутылках (проект **Apple**);

- * Система **Steamplicity** для реализации свежеприготовленных на пару под давлением высококачественных, вкусных и питательных вторых блюд.

– Отличительной чертой **AVEX 2007** по замыслу организаторов должна была стать массированная демонстрация оборудования для реализации питьевой воды в различных видах (охлажденной, по-



pants as **Necta**, **Bianchi**, **Nestle** took part in the event as usual. But the biggest international operator **Autobar**, which occupied a big stand at the previous exhibition, decided not to take part in this one. While **Selecta UK** which is a part of **Selecta Group** – the largest European vending-operator was also present at the exhibition. **Selecta** is present in over 24 countries across Europe. It earns about £ 700 mn a year in operating revenue. **Selecta UK** employs 1,100 people in the UK and Ireland. They serve about 20 thousand points of sale – vending machines – from railway stations to educational and health sectors. The company declared its new concepts demonstrated at its stand as the following:

- * **Coffee Tower**, a new premium coffee vending system which uses fresh milk to create high quality hot beverages;

- * **Project Apple** – **Selecta**-branded can & bottle vending machines selling soft drinks;

- * **Steamplicity** system using steam pressure cooking to offer high quality, good taste, and nutritious ready meals.

– According to organizers' intention, the distinctive feature of **AVEX 2007** should had been a massed demonstration of equipment for purification and realization of drinking water in different varieties (cooled, heated, sparkling and still). That's why the exhibition had a double





ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

гретой, с газом и без), а также устройств для ее подготовки, очистки и т.д. Отсюда и двойное название выставки с упоминанием Cooler Show. Буквально за неделю до открытия в вендинг-сообществе циркулировали слухи о том, что кулерную секцию укомплектовать не удалось. Что было на самом деле?

— На самом деле секция функционировала и, на мой взгляд, удачно. На ее долю пришлось более полсотни экспонентов (из общего числа 194). Это частично компенсировало сокращение числа представителей автоматизированной торговли. Можно было наглядно убедиться, что рынок воды на Западе сильно развит. Это связано как с ментальностью общественности, так и с хорошими возможностями для бизнеса. Обращает на себя внимание прекрасный дизайн аппаратуры.

— А в водопроводе в Западной Европе нормальная вода?

— Во Франции, Германии водопроводную воду можно пить спокойно. В промышленных городах Англии и Ирландии, в пригородах Ливерпуля, Манчестера, пить воду не стоит. При этом в других районах вода очень мягкая и чистая. Тем не менее, общая тенденция такова, что в офисах уже стало нормой, чтобы стоял кулер с водой и кофейный аппарат, чаще всего настольный.

— Если можно, немного подробнее о том, как была представлена OCS — Office Coffee Service, или, как ее все чаще расшифровывают, Office Catering.

— Тенденция к расширению автоматизированного общепита на работе явно укрепляется. Этому способствует появление новых моделей автоматов, как с платежными системами, так и без, особенно малого и среднего класса. Число их, по моим наблюдениям, растет от выставки к выставке. Мы пытаемся не остаться в стороне от этой тенденции, укрепляя связи с производителями небольших настольных машин, в частности, шведскими (Coffee Queen). В Coffee Queen четыре бункера: два — под горячие напитки (кофе, чай), два — под холодные (молочные шейки и т.п.). Интересно, что в зависимости от сезона, можно менять это соотношение: так, зимой под горячие напитки можно использовать три бункера, под холодные —

name mentioning Cooler Show. A week before opening there were some rumours that the organizers failed to complete cooler section. Did they turn out to be true?

— In fact the section, to my mind, functioned quite successful. It demonstrated over 50 exponents (their total quantity was 194). This partially compensated the reduction of vending representatives number. One could make sure how developed the western water market is. This can be explained both with people's mentality and good potential for business. Wonderful design of the equipment attracts one's attention.

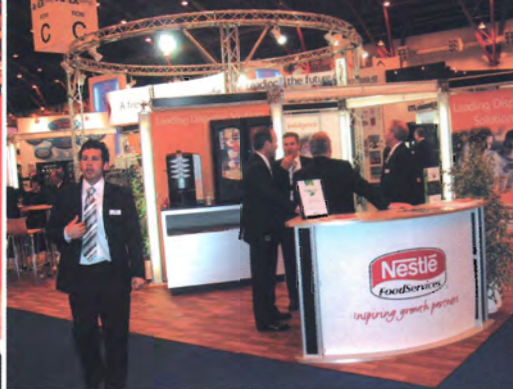
— What about the water-supply in Western Europe?

— You can drink water without any risk in France and Germany. I would not recommend drinking unfiltered water in industrial areas of England and Ireland, in the suburbs of Liverpool and Manchester. In other areas the water is very soft and clean. Nevertheless, the general tendency dictates its norms — to install water coolers and coffee machines (usually — tabletop) in offices.

— Could you please tell us in detail how OCS — Office Coffee or Catering Service was represented at AVEX 2007?

— The tendency for expansion of automated catering at workplaces is becoming stronger. This process is encouraged by appearance of new models of machines both with and without payment systems at the market. Their number, as I can see it from one exhibition to another, increases. We try not to stay aside from this tendency and strengthen ties with compact tabletop machine manufacturers, for instance with Swedish Coffee Queen. There are typically four hoppers in a Coffee Queen machine: two — for hot beverages (coffee, tea), two — for cold ones (milk shakes etc.). Coffee Queen's know-how is that it's possible to change this correlation: in winter you can use three bunkers for hot beverages and one — for cold ones, in summer — vice-versa. The system is meant for HoReCa and OCS segments.





один, летом — наоборот. Система рассчитана на сегменты HoReCa и OCS.

— **Какие разработки Вы бы выделили из выставленных в первую очередь?**

— Производитель вендинг-оборудования для горячих и холодных напитков и снеков фирма FAS обновила кофейную группу, представив свой новый аппарат *Perla*. Модель в перламутровом корпусе с неоновой подсветкой выглядела на выставке очень эффектно. Следует иметь в виду, что снековые автоматы FAS хорошо себя зарекомендовали, тогда как кофейные до сих пор вызывали некоторые нарекания у клиентов. *Perla* занимает среднее положение (300 стаканчиков) между известными автоматами *Colibri* (170 стаканчиков) и *Kikko* (500 стаканчиков). По габаритам он меньше, чем *Brio*, но несколько больше, чем *Colibri*. 300 стаканчиков и 6 контейнеров с ингредиентами — удачное сочетание для рынка. Что касается цены, то *Perla* дешевле *Brio* и несколько дороже *Colibri*. Соотношение цены и качества у автоматов оптимальное, и они могут составить конкуренцию той же Necta с ее аппаратами *Brio* и *Colibri*. Так что предполагаю, что *Perla* безусловно займет свою нишу на рынке.

У посетителей и участников вызвали интерес аппараты *Etna* (Aromatique), работающие на капсулах. Сам по себе подход не нов — он уже использовался фирмой Lavazza и некоторыми другими. Новинка заключается в том, что ингредиенты (кофе, чай, шоколад) хранятся в капсулах в виде жидкого экстракта. Как утверждают разработчики, это повышает быстрдействие системы и способствует сохранению качества. Процесс приготовления напитка предельно прост, экстракт легко растворяется в горячей воде.

— **Ну и как качество?**

— Если честно, напитки не очень вкусные, как кофе, так и чай по вкусу уступают приготовленным в аппаратах эспрессо.

— Два года назад в Кельне показывали аппараты с жидким экстрактом, их проблема заключалась в том, что там не было индивидуальных порций, и ингредиенты можно было хранить лишь при низких температурах, иначе они портились. Как эти проблемы решаются в описываемых Вами автома-

— **Which novelties would you distinguish from the exhibited firstly?**

— The manufacturer of vending equipment for hot and cold beverages and snacks FAS has replenished its coffee group, demonstrating a new machine — *Perla*. The model in pearled case with neon illuminator looked very spectacular at the exhibition. We should notice that FAS's snack machines have shown themselves to advantage, while their coffee machines so far have roused clients' censure. *Perla* takes a middle position (300 cups) between well-known *Colibri* (170 cups) and *Kikko* (500 cups). By its overall dimensions *Perla* is smaller than *Brio* and a little bit bigger than *Colibri*. 300 cups and 6 containers with ingredients is a good combination for the market. As for the price, *Perla* is cheaper than *Brio* and more expensive than *Colibri*. The correlation of price and quality is optimal in these machines and they are able to compete with Necta produced *Brio* and *Colibri* produced by Necta.

Etna (Aromatique) demonstrated capsules loaded machines which roused both visitors' and participants' interest. This approach is not new, it has already been used by Lavazza and some other firms. The novelty is that the ingredients (coffee, tea, chocolate) are kept in capsules as liquid extract. The producers claim that this makes the system work faster and helps preserve quality. The process of drinks preparation is very simple — the extract easily dissolves in hot water.

— **And what about the quality?**

— To tell you the truth, the drinks are not very tasty; both coffee and tea are inferior to the same drinks made in espresso machines.

— **Machines with liquid extract were demonstrated in Cologne two years ago; their problem was that they didn't use individual portions, and ingredients ought to be kept at low temperatures only, otherwise they deteriorated. How are these problems solved in these new machines?**

— Capsules just do not have such problems.

— **Are all the drinks poured out from one tap?**





ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

тах?

- У капсул нет таких проблем.
- Все напитки сливаются через один кран?
- Да.
- То есть в принципе возможно «загрязнение» одного компонента другим?

– Там это продумано – кран очищается паром. Вкусовых смесений замечено не было.

– Какие еще новинки привлекли Ваше внимание?

– Etna представила еще одну новинку, применимую в основном для сегмента HoReCa и офисов. Это аппараты, позволяющие строго учитывать и



контролировать потребление: они используют карт-ридерную систему с чипами, которые фиксируют количество проданных с аппарата чашек.

Necta продемонстрировала два новых аппарата, достойных внимания – это профессиональные кофе-машины **Kobalto** (2 бункера) и **Konvivio** (3 бункера), использующие различные виды зернового кофе. Аппараты продолжают серию Koro, Korinto. Как Kobalto, так и Konvivio – достаточно мощные большие машины с хорошим дизайном. Есть возможность одновременного приготовления двух чашек. Наибольшая интенсивность потребления рассчитана, очевидно, на рестораны быстрого обслуживания. Однако найти для них место в сегменте HoReCa будет нелегко из-за их размера – они занимают больше места, чем уже имеющиеся на рынке профессиональные кофе-машины. По моей оценке, с учетом высокой цены, этим аппаратам будет сложно найти место на российском рынке. Konvivio с завода стоит около 7 тыс. евро, прибавьте к этому таможенные расходы, составляющие 42% от стоимости машины. Уровень рентабельности, способный покрыть такую стоимость за счет продажи кофе, должен быть очень высоким.

В некоторых автоматах Necta возникали сложности с русификацией – они понимали не все рус-

– Yes, they are.

– So, it's possible that one ingredient influences the taste of another?

– It's thought out – the tap is cleaned by steam.

– Were there any other novelties which attracted your attention?

– Etna showed one another novelty intended mostly for HoReCa segment and offices. These are machines controlling the quantity of drinks vended by them. They use card-readers system with chips fixing the number of cups sold by the machine.

Necta demonstrated two new machines worth mentioning – professional coffee machines using different types of coffee-beans: **Kobalto** (2 hoppers) and **Konvivio** (3 hoppers). The machines follow Koro – Korinto series. Both Kobalto and Konvivio are high-capacity large machines with good design. It's possible to prepare two cups at the same time. The greatest intensity of consumption is intended, obviously, for fast-food restaurants. Nevertheless, I think it will be rather difficult to find place for these machines in HoReCa segment because of their size – they occupy more area than the other professional coffee machines. Taking into consideration the comparatively high price, I think it won't be easy to find buyers for them at Russian market. Konvivio from the factory costs about 7 thousand Euros, plus customs expenses (42% from the machine's price). The level of profitability which





ские команды. Как мне кажется, в связи с тем, что Россия, как страна с бурно развивающимся вендингом, стала привлекать внимание, сейчас будет проще улаживать подобные вопросы.

Necta также представила концепцию **coffee-to-go** («кофе с собой»). Смысл ее в том, что вы получаете стакан кофе, крышку, мешалку, а если нужно, сахар и сливки в придачу. Концепция не предполагает обязательного наличия платежного устройства, это скорее офисный вариант.

Помимо чисто вендинговых автоматов, Necta, присоединив к себе фирму Cimbali, стала производить аппараты для сегмента OCS, домашние кофемашины и машины для небольших баров и офисов, расширив тем самым свой модельный ряд.

- Какие у Вас впечатления от английского вендинга?

- Для Англии характерно, что в метро и на вокзалах практически нет кофейных аппаратов, что, видимо, связано с вопросами гигиены и личной безопасности. При этом снековых автоматов довольно много. Несмотря на любовь англичан к своему элю, пиво через автоматы не продается. Видимо, паб – это святое.

Как и в ряде других развитых стран, сегмент OCS прогрессирует быстрее, чем вендинговый, хотя, как Вы понимаете, грань между ними может быть достаточно размытой. Некоторое представление об английском вендинге дают фотоснимки, которые удалось сделать на ходу, хотя ясно, что эта информация лишена глубины.

- Валерий Алексеевич, позвольте выразить Вам нашу признательность за интересный и содержательный рассказ. Что же касается английского вендинга, то, думаем, хорошим дополнением к Вашим впечатлениям может послужить статистический материал, полученный нами от руководства AVA – британской вендинг-ассоциации.

Он найдет отражение в следующем номере.

can cover such a price by selling coffee should be very high.

Previously some machines of Necta seemed to have problems with russification – they didn't "understand" some Russian commands. But, in my opinion now when Russia attracts attention as a country with intensively developing vending, problems like this will be solved easier.

Necta has also shown **coffee-to-go** concept: you get a cup of coffee, a lid, a mixer stick, sugar and cream if needed. Presence of payment system is not obligatory, coffee-to-go is meant mostly for offices.

Besides vending machines, Necta, having acquired Cimbali, has started production of machines for OCS segment, home coffee-machines and machines for small bars and offices.

– Could you share your impressions from British vending?

– One of characteristic features of British vending is that there are few coffee machines in underground and at railway stations. It may be caused by problems of hygiene and safety. At the same time there are a lot of snack machines. Despite the fact that the Britons like their national ale, beer is not sold by the machines. There is obviously something sacred in pubs at the Isles.

OCS segment is progressing faster than vending, as in some other developed countries. Although the borders between the two can be rather vague, as you know. The speedy photos which I managed to take give some vision of English vending, though it's clear that this information is not deep enough.

– Valery Alexeevich, let us thank you for your rich in content and interesting account. As for English vending, we think that the statistical material we received from AVA (Automatic Vending Association) will be a good addition to your impressions.

It will be reflected in the next issue.





SHOP DESIGN RUSSIA

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ, СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ, ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА И ТЕХНИЧЕСКОГО ОСНАЩЕНИЯ МАГАЗИНОВ

18 – 21 СЕНТЯБРЯ 2007, МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР

- Магазиностроение, оборудование для магазинов, технологии строительства
- Системы автоматизации в торговле
- Демонстрационные витрины для охлажденных и замороженных продуктов
- P.O.S.-маркетинг, визуальный мерчандайзинг, стимулирование продаж
- Свет, технологии освещения
- Коммуникации и информационные технологии
- Системы безопасности
- Технологии презентации

Организаторы:



МЕССЕ ДЮССЕЛЬДОРФ Москва

123100, Россия, Москва,

Краснопресненская наб., 14, стр.2, пав.7

Тел.: (495) 256 7395, 255 2736; факс: (495) 205 7207

E-mail: ShapkinaE@messedr.ru

<http://www.messe-duesseldorf.ru>

EXPO-PARK

ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты

119049, Россия, Москва, Крымский вал 10,

Центральный Дом Художника, офис 165

Тел./факс: (495) 238 4486, 238 4500, 238 4516

E-mail: lena.surikova@expopark.ru

<http://www.expopark.ru>

SHOP DESIGN
RUSSIA





Import Trading

Торговые автоматы фирмы Crane MS
Купюроприемники CashCode (для вендинга)
Монетоприемники NRI.



CRANE MERCHANDISING SYSTEMS™
A Crane Co. Company



CashCode
A Crane Co. Company



NRI
A Crane Co. Company

Компания «Импорт-Трейдиг» выполняет поставку и сервисное обслуживание торговых автоматов и платежных систем выше перечисленных производителей.

Телефон: +7 495 361-96-74

e-mail: info@import-trading.ru

www.import-trading.ru

Говорят, что...

Coca-Cola добровольно
начинает указывать на
упаковке своих напитков
рекомендуемый объем
суточного потребления

They say that...

Coca-Cola is starting to indi-
cate at the package the daily
recommended quantity of its
drinks voluntarily.



- But why did he empty that family-size bottle?
- He read about "recommended daily consumption volume", but didn't notice the end of the label had been torn off.

Греческий кофе — «Эллиникос» — очень популярный горячий напиток. Традиционный кофе домашнего приготовления, очень крепкий и с богатым вкусом, готовится путем кипячения мелко молотого кофе в воде, налитой в открытый сосуд, называемый «ибрик». Оттуда его разливают в маленькие чашечки, которым надо некоторое время постоять, чтобы кофейная взвесь выпала в осадок. Не допивайте все до конца! Во-первых, глотание осадка едва ли доставит Вам удовольствие. Во-вторых, Вы сможете заняться старинным гаданием на кофейной гуще, которое у греков называется «кафемандейя».

90 % греков выпивают по 2-3 чашки кофе в день. Кофепитие — это и ежедневная привычка, и своего рода социальная акция, причем число любителей кофе продолжает расти. 40 % кофейного рынка приходится на традиционный напиток. На втором месте, согласно оценкам, стоит растворимый кофе (34 %). На долю фильтр-кофе (эспрессо и капучино) остается 26 %.

Можно предположить, что современные виды кофе, такие как капучино и макиато, будут приобретать популярность, поскольку хорошо вписываются в космополитичный образ жизни подрастающего поколения греков. Кроме того, потребители постепенно начинают лучше разбираться в кофе и готовы больше платить за его новые разновидности.



Greek coffee — Ellinikos — is a very popular hot beverage. The traditional home-brewed coffee, rich and very strong is, made by boiling finely ground coffee with water in an open pot called "ibrik". The coffee is poured directly into small cups. Each cup contains also some of the coffee and it needs some time to

settle. Do not drain the cup! You would not be delighted to swallow the coffee residue, besides you could use the coffee to do some ancient Greek fortune telling known as Kafemandaia.

90 % of the Greeks drink from 2 to 3 cups of coffee a day. Coffee drinking is a day to day habit and a social event. Although many people drink coffee, the drink is getting popular every day. The traditional Greek coffee accounts for 40 % of the market. It is estimated that instant coffee comes second in place with 34 % and that filter coffee, espresso and cappuccino follow with 26 %.

It is expected that the modern coffees as cappuccinos and machiatos will grow in popularity as this fits the cosmopolitan lifestyle of the adolescent Greek. Besides that, consumers become more knowledgeable about coffee. They are willing to pay more to enjoy new coffee varieties.

At work, the employees also like to drink their daily brew. In general the work-week is some 40 – 42 hours and coffee is taken from the vending machine. A number of ICS products are appreciated among the workforce. The ICS topping is a very



Те, кто работают, с удовольствием пьют кофе на работе. В течение рабочей недели продолжительностью 40-42 часа им удастся выкраивать время, чтобы выпить кофе, приготовленный в автомате, отдавая должное качеству продукции ICS. Сочетая топинг ICS с молотым или растворимым кофе, можно приготовить прекрасный капучино или латте, а используя шоколад с черной или синей этикеткой – нежный мокачино. Прекрасен и шоколад сам по себе. Пользуются успехом и чаи, которые регулярно употребляют в горячем и холодном виде. И лимонный, и персиковый прекрасно утоляют жажду.

Лето – время фраппе

Фраппе называют «национальным греческим кофе». Вы можете заказать его в любом уличном кафе. Изобретение этого напитка относят к 1957 г. Не беда, если под рукой не было горячей воды: фраппе с успехом готовили из холодной воды, растворимого кофе, молока и сахара, смешивая их в кувшине – шейкере, предназначенном для приготовления шоколада.

Сегодня фраппе стал гораздо разнообразнее. С учетом пристрастия греков к фраппе, ICS разработал целую серию напитков Soul Shakes. Их можно готовить как в автоматах для холодных напитков, так и в обычных блендерах. Попробуйте «Джазовый кофейный», «Модный банановый», «Отпадный клубничный», «Классный ванильный» - не пожалеете. Также очень неплохо взбить сухой порошок со свежими фруктами.

Все перечисленные напитки, включая холодные, могут быть приобретены через «Валео».



good product to serve the loveliest cappuccinos and lattes, based on fresh or instant coffee. Together with the choco drink black label or blue label it will make a very delicious mochaccino. It goes without saying that the chocolate itself is excellent to drink. Also the range of instant teas is drunk regularly; lemon and peach tea are known for their thirst quenching characteristics and drunk both hot and cold.

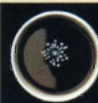
Summertime – Frappe time

Frappe has been called the "national coffee of Greece". You can order it at about any cafe at the corner of the street. The invention of the drink dates back to the year 1957. Having no hot water available, the drink was prepared with cold water, instant coffee, milk and sugar and shaken in a mixing jug, which was meant for chocolate.

The frappes of today are more creative. ICS developed a range of Soul Shakes that blend in excellently in the Greek way of enjoying frappe. Initially made for the use in cold drinks dispensing machines, they can also be used in blenders also used in blenders to make a shake or a fruit based smoothy. Try the swinging drinks like the traditional Jazzy Coffee, the Groovy Banana, Funky Strawberry or Salsa Vanilla. Enjoy them readily made through the vending machine or use the shake powder as a base and "pimp" them with fresh fruit in blender.

All mentioned (cold) drinks are available through Valeo.





The X ingredient



КОФЕ

сублимированный (быстрорастворимый),
зерновой,
молотый



КАПУЧИНО

классический, ванильный, карамель,
амаретто, лесной орех, ром, тирамису,
классика-экстра, амаретто-экстра,
французский ванильный, латтэ мачиато



СЛИВКИ И ТОППИНГ

сухие сливки,
сухие сливки со стабильной пенкой,
молочный капучино топпинг,
bebida blanca rica



СУПЫ И БУЛЬОНЫ

куриный,
мясной,
карри



ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД

классический,
сливочный,
сладкий,
белый



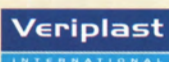
ЧАЙ

лимонный, персиковый,
апельсиновый, мятный,
эрл-грей, черный несладкий,
черный мелколистовой



ХОЛОДНЫЕ НАПИТКИ

чай со вкусом лимона,
персика, молочный
коктейль со вкусом
клубники, ванили,
банана, кофе



СТАКАНЧИК ПЛАСТИКОВЫЙ



150 мл, 70 мм, кор./бел.
150 мл, 70 мм, беж./бел.
150 мл, 70 мм, бел.
150 мм, 70 мм, кор./бел. рифл.
180 мл, 73 мм, кор./бел.

РАЗМЕШИВАТЕЛЬ ПЛАСТИКОВЫЙ



105 мм, прозрачный

Говорят, что...

Как сообщает корреспондент журнала «Компания» К. Фрумкин (18 июня 2007 г., «Уличные кассиры»), по данным британской аудиторской фирмы RBR (Retail Banking Research), количество установленных в России банкоматов выросло за последние пять лет в четыре раза – с 9 до 36 тыс. Удельная «вооруженность» страны этой техникой – 256 банкоматов на 1 млн населения – близка сегодня к средневропейской цифре (278), но имеет тенденцию к быстрому дальнейшему росту, поскольку россияне предпочитают иметь дело с наличностью. На получение наличных денег приходится до 90 % операций по картам.

Сбербанк, в чьей системе сегодня установлено около 10 тыс. банкоматов, планирует в ближайшие два года увеличить их число на 40 %.

Основными поставщиками банкоматов (и сервисных услуг) являются зарубежные производители. Американской компании NCR, по данным RBR, принадлежит 46 % парка, этот глобальный производитель присутствует на российском рынке 14 лет. Остальное почти поровну делят Diebold (заводы в США и Венгрии) и Wincor Nixdorf (Германия). Между этими компаниями ведется жесткая конкуренция за развитие сети, с особым акцентом на сервисную составляющую, включающую заботу о внешнем виде и техническом состоянии машин, мониторинг и процессинг, пополнение деньгами и расходными материалами.

Цена банкоматов в зависимости от спектра выполняемых ими услуг может колебаться от \$12 000 до \$ 60 000. Мировая и российская тенденции состоят в том, что на банкоматы возлагается все больше функций, что превращает их по сути в дополнительные отделения банков. В 2006 г. в России за пределами банковских офисов было установлено 65 % банкоматов, причем из 36 тыс. около 3 тыс. устройств были способны принимать платежи по кредитам, около 1 тыс. – считывать штрих-коды с финансовых документов. Эволюционируя от машин для выдачи банкнот к сложным пользовательским терминалам, банкоматы в дальнейшем будут более комплексно работать с наличностью, включая обмен валюты, выдачу сдачи монетами и купюрами, осуществлять денежные переводы, оплачивать всякого рода коммунальные и другие услуги, выдавать детальные выписки по счетам, продавать билеты в кино, театры, транспортные карты и т.д.

They say that...

Quoting British analysts, Retail Banking Research Co., Company magazine correspondent K. Frumkin ("Street cashiers", 18 June 2007) reports that the number of ATMs installed in Russia has increased four times – from 9 to 36 thousand – during the last five years. Specific "loading" of the country with these machines – 256 ATM per a million people – is close to the average European value (278), but has a tendency for a fast further growth, since the Russians prefer to deal with cash. Up to 90 % of operations with cards are aimed at cashing in.

Sberbank having installed about 10 thousand ATMs at its premises plans to increase their number by 40 % in the two nearest years.

The main suppliers of ATMs (and their service) are foreign manufacturers. According to RBR, American NCR owns 46 % of the stock; this global OEM has been present at the Russian market for 14 years. The rest of the stock is shared almost equally by Diebold (with factories in USA and Hungary) and Wincor Nixdorf (Germany). These companies are engaged in stiff competition for the net development with a special accent on the service component, including care of the appearance and technical state of the machines, monitoring and processing, reloading with money and expendables.

The price of an ATM depending on the number of its functions may change between \$ 12 000 and \$ 60 000. The global and the Russian tendencies are that the ATMs are loaded with more and more functions turning them into a sort of additional bank offices. In 2006 about 65 % of the ATMs have been installed outside the bank offices; about 3 thousand devices from the total number of 36 thousand were able to accept credit payments. About 1 thousand could read bar code from financial documents. Evolving from ordinary cash giving machines to multifunctional terminals, ATMs of the future will process the cash in complex and refined ways, including currency exchange, giving change in coins and banknotes, performing money transfer, paying for communal and other services, giving detailed excerpts from the accounts, selling tickets for movies, theatres, transport cards, etc.

ВЫГОДНЫЙ БИЗНЕС

Или как создать
целую фотолaborаторию
на площади 1 кв.м!



Терминал-фотолaborатория

Тел.: (843)275-81-68 (доп. 128)

e-mail: kiosk@goldengame.ru

www.goldengame.ru

1. Стоимость размещения рекламных материалов, (без учета НДС).

- На внутренних страницах

Площадь рекламного модуля	Стоимость, руб	• Центральный разворот (2 стр. А4)	— 56 000
1/1 (А4)	16000	• 1-я внутр. стр. А4	— 29 000
1/2	9000	• На обложках:	
1/4	5300	1-я стр.	— 35 000
1/8	2800	2-я, 3-я стр.	— 28 000
		4-я стр.	— 31 500

- 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 3500 — 5000 руб. (за полосу формата А4).

2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.

- Подача материалов в редакцию осуществляется не позднее, чем за месяц до выхода соответствующего номера.
- Текстовый материал принимается в Word (doc, rtf), Excel, txt.
- Иллюстрации, фотографии — в электронном виде (СМΥК, 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, СМΥК, 300 dpi (для внесения корректуры в рекламу редакцией — файлы в формате PSD, слою «не склеены»).
- Corel Draw 9.0—13.0, Illustrator 7.0—12.0 (обязательное сохранение пог версию 9.0). Векторные изображения должны быть переведены в кривые (Curve).
- Quark Xpress 3.0—7.0 (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 А4
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 ответственности за неточность цветопередачи.

В номере упомянуты фирмы и бренды:

Astrosystems (Far East) Ltd. - 30	- 28	eVending - 30	Technologies Corporation - 29
Autobar - 43	Dailian Fujibingshan Vending Machine Co. - 26	EVPA - 30	JCM - 17
AVA - 47	Defond - 28	Fage - 30	Jiangshu Baixue Electric Appliances Co. - 26
Bianchi - 29, 43	Diebold - 53	FAS - 44	K.Com - 29
CashCode - 18	Dongguan Kwanhong Electronics Co. - 27	FotoDrive - 18	Koelnmesse GmbH - 5
Coca-Cola - 27, 49	Eastman Kodak Co. - 30	Fuji Electric Co. - 26	KSI Corporation - 18
Coffee Queen - 29, 44	EMS - 30	General Touch - 18	Kwanasia Electronics - 27
Coin-tech trading - 30	Etna (Aromatique) - 44	Global Payment Technologies - 17	Lavazza - 8, 42, 44
CONFIDA - 9	eTone / Shanghai Asiacom Technology Co. - 28	Happyline (China) Co. - 28	Lipton - 29
Conlux - 28	EVA - 9, 25	Hunan Kimma Intelligent Equipment Manufacture Co. - 26	Lotte Eng. & Mach. Mfg. Co. - 29
Crane Payment Solutions - 18		ICS - 30, 50-52	NAMA - 6, 25
Custom Engineering - 18		International Currency	
Dachang Industries Co.			

Attention of foreign advertisers

1. Price of ads publication, euros (VAT included)

- Inner pages

Ad module area,	Price, €		
1/1 (A4)	540	• Central opening (2 A4 pages)	— 1900
1/2	300	• Fly leaf (1st inner page A4)	— 830
1/4	180	• Cover pages:	
1/8	95	1st page	— 1000
		2nd and 3d	— 800
		4th	— 900

- There is a flexible discount system
- NVA members are granted an additional 5% discount
- If you do not possess a ready ad module, you may order it here. The price of the new design depends on its complexity, but usually lies within E 150 (for A4 page).

2. Technical requirements to 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 (doc, rtf), Excel, txt.
- 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 5.0-9.0. TIFF, CMYK files, 300 dpi. To make editorial corrections possible, please use PSD files, the layers «not fused».
 - Corel Draw 9.0-13.0, Illustrator 8.0-12.0 (must be saved for 9.0 version). Vector pictures are to be transferred into curves.
 - Quark Xpress 3.0-7.0 (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 10 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.

NCR - 53
Necta - 29, 43, 46
Nestle - 24, 29, 43
NRI - 18
ODE - 28
Panasonic Industrial
(China) Co. - 29
Pepsi-Cola - 27
PlastGame - 18
Qingdao Aucma
Commercial Auto-
Facility Co. - 27
RBR - 53
S.M Coin - 19-24, 29
Selecta - 43
Shanghai Elan

Electronic Technology
Co. - 29
Shanghai Sheyue
Electric Appliance Co.
- 28
Tianjin Nankai Guard
Group Co. - 26
Unitop - 28
ValTech International -
29
Vending Report - 30
Vesiel S.p.A - 30
Watson's Water - 27
Wincor Nixdorf - 53
WVA - 25
Автобар (ООО) - 6

АЗС-ЭКСП
Ассорти - 39
Булатов Групп - 17
ВВЦ (ВДНХ) - 10
Дельконт - 10
Искра - 17
ИФК Премьер-Финанс
- 20
Компания (журнал) -
53
Контур - 13
Крокус-Экспо - 15
Мерпаса - 13
Мир игр (журнал) - 15
НААТ - 1, 3, 6
ОПОРА - 10

От Контакт - 13
Прима Венг - 20
Радар - 13
РНО - 16
Терминал - 20
Фирма Валео - 20
ЮМ Венг - 20



2007/ #3

VENDING BUSINESS

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Информационно-аналитический
и рекламный журнал

Издаётся с марта 2004 г.
Москва

Учредитель:
ЗАО «Энерготранскомплект»

Издатель:
С. Р. Юрханов

Главный редактор:
И. А. Зотов

Заместитель главного редактора:
О.Ю. Оганян

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

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: ООО «ДоМира Принт»
Е. Воронова

Отпечатано в ООО «ДоМира Принт»

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
ПИН № 77-17388

Первый в России информационно-аналитический и рекламный журнал, специализирующийся на вопросах организации торговли, услуг и развлечений с использованием автоматических устройств.

Содержит анализ рынка, обзор текущих событий и новостей внутри страны и за рубежом, включая новинки оборудования, технологий и ингредиентов, товаров, услуг, фирм и людей отрасли.

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, а также ряде стран Евросоюза и Корею.

Уважаемые читатели!

Наш журнал вы можете приобрести 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

The first Russian info?ads & analytical magazine specialized at the problems of trade, service and entertainment based on automatic 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, as well as in some EU countries and Korea.

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

Price of a single copy, EUR

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

Терминалы. Вендинг. Киоски 2007

международная специализированная выставка

- вендинговые автоматы
- платежные терминалы
- наполнители
- 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



03-05 октября,
Москва, Крокус Экспо

Нужно поднять или спустить по ступеням груз до полутонны? Подвезти его к автомашине и погрузить в кузов?

Все это можно проделать в одиночку, не прибегая к помощи бригады грузчиков, если в Вашем распоряжении есть САМОХОДНЫЕ ЛЕСТНИЧНЫЕ ТЕЛЕЖКИ производства США. Подъем и спуск тележки по лестнице осуществляется оригинальным кулачковым механизмом с электроприводом. Для подъема вил на высоту до 1,4 м служит ручная или электрическая лебедка. Перемещение по горизонтальной поверхности производится вручную на колесах различного диаметра (в зависимости от размера неровностей). Тележки хорошо зарекомендовали себя при транспортировке как торговых автоматов, так и мебели, бытовой техники и другого оборудования и грузов различного назначения. Дополнительную информацию можно получить в фирме М – Техснаб (Москва).

