



2008 / №4

VENDING BUSINESS

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ



www.sevenltd.ru

стр. 21-23



www.rosles.org



Крупнейший производитель автоматов в мире



Бутылки
и банки



Гласс-фронт



Комби



Снак



Горячие
напитки

Поставляем современные качественные
автоматы на протяжении 70 лет.

Официальный дистрибутор
и служба сервисной поддержки
на территории России:

FORMTRADE
tel. (495) 221-84-19
fax (495) 362-07-83
www.formtrade.ru



Мороженное

SandenVendo (PL)
skr.pocz 1124 | 35-017 Rzeszow 1
Mobile: +48 607202625 | Fax: +48 17 8620507
www.SandenVendo.pl

SandenVendo GmbH
Spangerstr. 22 | 40599 Duesseldorf | Germany
Tel: +49-(0)211-740390 | Fax: +49-(0)211-7488541
www.SandenVendo.com



4—20



26—31



33—36



42—44

- | | |
|--|---|
| <p>2 <i>От издателя</i></p> <p>4 <i>Выставки. Конференции. Семинары</i></p> <p><i>Вторая международная конференция «Налично-денежное обращение: модели, стандарты, тенденции»</i></p> <p>8 <i>Выставки. Конференции. Семинары</i></p> <p><i>Проблемы аутентификации банкнот в сортиментовочном и вендинговом оборудовании (публикуется в изложении)</i></p> <p>10 <i>Выставки. Конференции. Семинары</i></p> <p><i>Основные направления противодействия фальшивомонетничеству в банковской системе Российской Федерации</i></p> <p>21 <i>Оборудование</i></p> <p><i>Компания «Seven Group»: новый этап, новые партнеры</i></p> <p>23 <i>Оборудование</i></p> <p><i>Страховая компания ROSLES на страже вашего бизнеса</i></p> <p>26 <i>Великий сосед</i></p> <p><i>Итоги 5-й Международной выставки «Вендинг и киоски – 2008», Китай</i></p> <p>38 <i>Проблемы отрасли</i></p> <p><i>Что будет продавать вендинг завтра?</i></p> <p>42 <i>Оборудование</i></p> <p><i>Строгановка для вендинга – 2</i></p> <p>45 <i>Люди отрасли</i></p> <p><i>Элисео Альварес</i></p> <p>46 <i>Вниманию российских рекламодателей</i></p> | <p>2 <i>Editorial</i></p> <p>4 <i>Exhibitions. Conferences. Seminars</i></p> <p><i>Second International Conference: "Cash Circulation: models, standards, tendencies"</i></p> <p>8 <i>Exhibitions. Conferences. Seminars</i></p> <p><i>Problems of banknote authentication in sorting and vending equipment (abridged version)</i></p> <p>10 <i>Exhibitions. Conferences. Seminars</i></p> <p><i>What is made to combat counterfeiting in the banking system of Russian Federation</i></p> <p>21 <i>Equipment</i></p> <p><i>Seven Group Co: New Stage, New Partners</i></p> <p>15 <i>Equipment</i></p> <p><i>Insurance company ROSLES on guard of your business</i></p> <p>26 <i>Great neighbour</i></p> <p><i>Summary of the 5th China International Vending & Kiosk Show 2008</i></p> <p>38 <i>Problems of the branch</i></p> <p><i>What will vending sell tomorrow?</i></p> <p>42 <i>Equipment</i></p> <p><i>Stroganov University for Vending - 2</i></p> <p>45 <i>People of vending</i></p> <p><i>Eliseo Alvarez</i></p> <p>46 <i>Attention of foreign advertisers</i></p> |
|--|---|

Дорогие читатели!

Судя по всему, отечественный парк машин «продовольственного вендинга» (напитки плюс продукты питания) подрастает примерно на 20 % в год. При сохранении темпа прироста, на который может повлиять в сторону повышения расширение производства отечественных автоматов, а в сторону понижения — списание отслужившей свое техники, на достижение европейской вооруженности автоматами нашей стране понадобится лет двадцать. Не пора ли подумать, что будут представлять собой те полтора миллиона вендинг-машин, которые будут введены в эксплуатацию за эти годы? Экстраполяция — вещь, конечно, не очень надежная, но хотя бы какие-то тенденции проследить хотелось бы.

1. К очевидным тенденциям относится расширение функциональных возможностей автоматов, которое, в частности, позволяет увеличить количество услуг, предоставляемых клиенту, не увеличивая количества автоматов и, соответственно, занимаемой площади. При этом существует естественный предел, ограничивающий количество кнопок, клавиш и т.п. органов управления, размещаемых на фасаде автомата. Отсюда логично вытекает развитие наметившейся уже тенденции перехода на сенсорный экран (*touch screen*) как основной орган управления многофункциональной машиной, причем независимо от того, продает она товары или услуги.

2. Следует ожидать дальнейшего внедрения в практику автоматов для реализации (и приготовления) продуктов питания, относящихся к категории полноценной и здоровой пищи, в том числе горячих блюд. Кроме сугубо технических проблем, при этом необходимо решить вопрос, чем занять клиента, ожидающего готовности сделанного им заказа. Здесь наличие видеодисплея оказывается как нельзя кстати, поскольку на нем клиенту может предоставляться рекламная, информационная или справочная информация.

3. Как ни странно, но, видимо, к числу труднопредсказуемых вещей относится тема внедрения прогрессивных форм оплаты автоматизированных услуг. С одной стороны, преимущества безналичных форм оплаты очевидны. С другой стороны, мировая статистика свидетельствует о том, что количество наличных денег, находящихся в обращении, продолжает возрастать (см. например, материалы конференции на стр. 4). Поэтому прогнозировать в обозримом будущем полный и повсеместный переход на безналичный расчет в вендинге было бы рискованно. Скорее можно ожидать дифференцированного подхода к этой проблеме в зависимости от места установки автомата. Например, в общественных местах возможность расплачиваться монетами и/или купюрами имеет шанс сохраниться...

Окончание колонки редактора на стр. 44

Dear readers!

Judging from appearances, the domestic park of food and drink vending machines grows about 20 % per year. If the rate of growth stays constant, our country will need about twenty years to reach the average European level of the population provision by VMs. The assumption above doesn't seem to be excessive since the rate may be influenced by two opposite acting factors: growth of domestic (Russian) production of VMs and writing off of the machinery at the end of its life.

Isn't it the right time to think what those one and a half million VMs to be installed during these years will look like? Of course, extrapolation is never very reliable, but perhaps some tendencies could be traced at least.

1. One of the evident tendencies is the expansion of the VM functional potential, which allows, in particular, to increase the number of services rendered to the client without increasing the number of VMs installed and the area they occupy. For all that there is a natural limit of the number of the push-buttons and the keys placed at the face side of the machine. It results logically in development of the arising tendency of transition to touch screens as the main control means of a multifunctional machine, whether it sells goods or services.

2. A further introduction into the practice of vending machines for cooking and selling food is to be expected in the case of the so called wholesome and healthy food, especially the hot one. In addition to the specifically technological problems, we have to deal here with a specific task: to engage the client in some activities while he or she is waiting for the order to be cooked. In this aspect a video-display appears to be most useful since it can give the client an opportunity to perceive advertising or reference information, or get entertained.

3. Strange as it may sound, the rate of introducing prospective kinds of payment belongs to the hardly predictable aspects of vending business. From the one side, the advantages of cashless payments are evident. From the other side, global statistics show that the volume of cash in circulation continues to grow (e.g. conference materials at p. 4). Therefore it would be risky to predict in the foreseeable future full and total introduction of cashless payments in vending. We could rather wait for different approaches to the problem depending on the place of VM's installation. For example, at public places payment with coins and/or bills has a good chance to remain long enough. At the same time corporate conditions may be favorable for transition

Editorial's ending is on the p. 44



Вы знаете,
что такое
Франчайзинг?

Вы знаете,
что такое
вендинг?

ВЫСТАВКА ДЕЛОВЫХ ИДЕЙ

3-5 СЕНТЯБРЯ 2008

ВЦ «КРАСНОДАРЭКСПО»


BUYBRAND
NEW PHILOSOPHY OF EXHIBITION


VENDEXPO RUSSIA

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПО ФРАНЧАЙЗИНГУ
И ДРУГИМ БИЗНЕС-ВОЗМОЖНОСТЯМ

www.buybrand.ru

ВЕНДИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
XXI ВЕКА

www.vendingexpo.ru

Организатор



При поддержке



 ОПОРА РОССИИ



Информационные партнеры

РЕСТОРАТОР
Люди для тех, кто делает бизнес

КУПИ БРЭНД

СВОЙ БИЗНЕС

ОБОРУДОВАНИЕ



ТОЧКА ПРОДАЖ

CashSystems.ru
Все о платежных терминалах

ТОЧКА ПРОДАЖ DIY

the Chief

РЕАЛЬНЫЙ БИЗНЕС

WATERMARKET.RU

ASSOCIATION
OF REGIONAL BANKS OF RUSSIAIPK
INTERCRIM-PRESS (RUSSIA)

CASH CIRCULATION

MODELS • STANDARDS • TENDENCIES

SECOND INTERNATIONAL CONFERENCE

Under the auspices of the Bank of Russia and company Currency Research (USA)

3–4 July 2008

President Hotel, Moscow, Russia

Вторая международная конференция «Налично-денежное обращение: модели, стандарты, тенденции»

3-4 июля в Президент-Отеле (Москва) состоялась конференция, посвященная проблемам, связанным с обращением наличных денег. Организаторами конференции были Ассоциация региональных банков России и издательский комплекс «ИнтерКрим-пресс», генеральным спонсором – Сбербанк России. В России традиционно высоко доверие к наличным деньгам, в пользу которых говорит их универсальность как платежного средства, легкость использования, обязательность к приему при всех видах платежей, анонимность и, наконец, просто привычка людей. Существуют еще два серьезных преимущества наличности, о которых упомянул на конференции А.В. Юров, директор Департамента наличного денежного обращения ЦБ РФ: во-первых, оплата наличными существенно дешевле стоимости платежа с использованием кредитных карт; во-вторых, «наличные деньги – это обязательства центрального банка страны, который, по определению, не может обанкротиться, тогда как электронные деньги представляют собой главным образом обязательства коммерческих банков или других финансовых структур, для которых банкротство не исключено».

В итоге, несмотря на активные действия банков, внедряющих системы безналичного платежа, 97 % платежей в нашей стране осуществляются наличными деньгами; более того, 97 % имеющихся на руках платежных карт используются их держателями только для обналичивания заработной платы. В настоящее время в России находится в обращении 4,1 трлн руб., причем последние годы объем денежной массы увеличивается каждый год примерно на третью. По сравнению с Россией развитые

On 3-4 July at the President-Hotel (Moscow) a conference devoted to the problems of cash turnover took place. It was organized by the Association of Regional Banks of Russia and the publishing house InterCrim-Press. The primary sponsor was Sberbank of Russia. In Russia the trust for the cash has been traditionally high; in its favour a number of qualities speak, for example: universality as a payment means, ease of use, compulsory acceptance in payments of all kinds, anonymity and, at last, simply the habits of the people. There are also two important advantages of cash mentioned at the conference by A.V. Yurov, who heads the Department of cash circulation, the Central Bank of Russia: firstly, cash payments are substantially cheaper than those using credit cards; secondly, "cash is the commitment of the country's central bank, which can't become bankrupt – by definition, unlike the electronic money that are commitments mainly of commercial banks and other financial structures, whose bankruptcy can't be ruled out".

As a result, despite activities of the banks who are introducing non-cash payment systems, 97 % of the payments in our country are performed using cash; more than that, 97 % of the payment cards are used by their owners only for cashing their salaries in. Today 4.1 trillion rubles are circulating in Russia, and during the last years the volume of this cash mass has been increasing annually by one third. Compared to Russia, the developed countries are substantially ahead in introduction of non-cash transactions; still about 60-70 % of the payments there are performed using the cash. The volume of money mass is also growing there; for example, the number of Euro banknotes grows about 8 % a year. Hence the problem of the rational organization of cash circulation stays (and will stay in the forthcom-

страны существенно продвинулись в направлении внедрения безналичных платежей, но и у них 60-70 % платежей производятся наличностью, причем объем денежной массы растет. Так, прирост числа евробанкнот составляет 8 % в год. Поэтому вопрос rationalной организации денежного обращения не утратил и, видимо, в ближайшие годы не утратит актуальности ни в нашей стране, ни за ее рубежами. Отсюда интерес к конференции, проявленный отечественными и зарубежными профессионалами. Из общего числа участников (204) 16 % приходились на долю зарубежных организаций и фирм; с учетом представителей их филиалов в России Зарубежье представляло каждый четвертый. Беседы с участниками показали, что, по мнению большинства, к составу могут быть предъявлены две основные претензии: 1) слабо были представлены регионы (всего 10 %); 2) средний возраст участника приближался к пенсионному. При всем уважении к старшему поколению, от него трудно ожидать нестандартных решений.

Необходимость новых подходов диктуется, в частности, тем, что отрасль налично-денежного обращения превратилась в довольно затратную. Эмитенты, борясь с фальшивомонетничеством, вынуждены идти на усложнение и существенное удорожание технологий производства банкнот и монет, иногда несоразмеримое с номинальной стоимостью платежных средств. Так, себестоимость чеканки монет малого достоинства в нашей стране на порядок превышает их покупательную способность.

Одним из способов ограничить рост денеж-

ing years) actual both in our country and abroad. Here is the explanation of the interest in the conference shown by the domestic and foreign professionals. From the total number of 204 participants 16 % represented foreign companies; taking into account those who represented their subsidiaries in Russia, foreign banking community presented about one fourth of all present. Speaking to the participants has shown that the majority of them saw two main drawbacks of the audience: 1) poor representation of the regions (only 10 %); 2) average age of the participants was very close to that of retirement. For all the respect for the elder generation, it is difficult to wait for any non-standard solutions from it.

The necessity of new approaches is demanded because the branch of cash circulation became rather costly. Emitting institutions combating counterfeiting have to resort to intricate and costly technologies of banknotes and coins manufacturing; sometimes (especially for low nominal value coins) the cost of production is an order of magnitude higher than their purchasing power.

One of the ways to limit the growth of the money mass is to increase its turnover. For this end it is useful to improve the logistics of cash circulation, including acceleration of sorting, checking and transportation of the money, revealing and removing worn and faked coins and notes. Though the number of faked coins became negligibly small compared to the turnover scale, it can't be said about the banknotes. If the quantity of revealed faked foreign notes has been practically stable for some years, counterfeiting of the Russian banknotes is characterized by a clear tendency to growth (see the diagram). The abilities and the technical provision

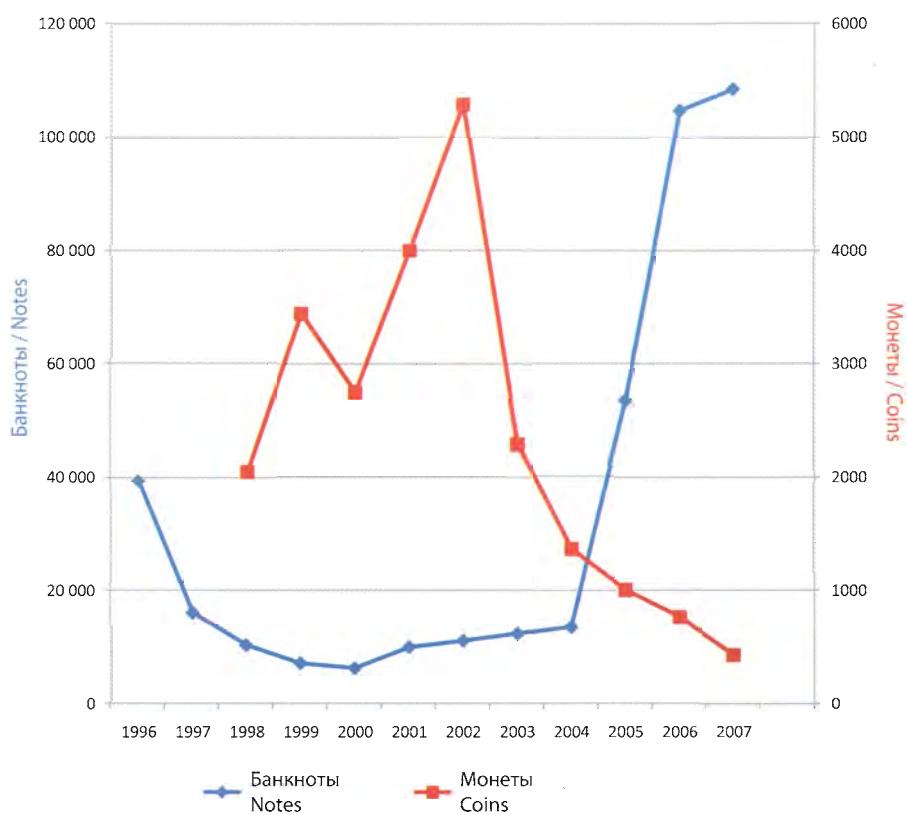


ной массы является повышение ее оборачиваемости, что оправдывает мероприятия по улучшению логистики денежного обращения. К ним относится ускорение сортировки, проверки и транспортировки платежных средств, выявление и вывог из обращения ветхих и фальшивых монет и банкнот. При этом если количество фальшивых монет упало до величины, пренебрежимо малой на фоне масштабов денежного обращения, то о банкнотах этого сказать пока нельзя. Если объем фальшивой зарубежной валюты на протяжении нескольких лет остается на стабильном уровне, то фальсификация российских купюр имеет упорную тенденцию к росту (см. диаграмму). Раснут способности и техническое оснащение преступников; если раньше они занимались преимущественно имитацией тех номиналов, подлинность которых редко контролируется населением, то теперь им удается довольно правдоподобно имитировать и высокие номиналы. Сегодня в России наиболее распространены подделки 1000-рублевых купюр. Не успела выйти в 2006 г. в обращение купюра достоинством в 5000 руб., как уже на следующий год ЦБ и МВД РФ констатировали появление ее подделок. Кстати, в зоне евро больше всего подделывают купюру в €50. В течение года выявляется 200-300 тыс. фальшивых банкнот евро (на фоне находящихся в обращении примерно 30 млрд).

Все вышеизложенные и сопряженные вопросы весьма активно обсуждались два полных рабочих дня на пленарных заседаниях, в формате круглого стола и пресс-конференции. Из выступлений на пленарных заседаниях наиболее прямое отношение к вендингу имели презентации генерального директора ЕВА и ВВА Катерины Пьяны, начальника Управления Центрального банка России Владимира Финогенова и президента компании «Элекснет» Юрия Мальцева. Выступление К. Пьяны мы представим ниже в кратком изложении, а здесь отметим, что в презентации она сделала основной акцент на целесообразности плотного

of the criminals have been improving; if previously they have been engaged mainly in imitation of the notes rarely checked by the people, now they are able to imitate (and quite well) also the notes of high nominal value. Today the fakes most distributed in Russia are those of 1000 ruble notes. Within several months after the 5000 ruble note was issued in 2006, the Bank of Russia and the Ministry of the Interior had to state the emerging of its fakes. By the way, in the Euro zone the mostly faked banknote is the 50 euro one. Within a year 200-300 thousand faked Euro notes are revealed (compare to about 30 bln notes in circulation).

All the abovementioned and the related topics have been discussed very actively during two full working days at the plenary sessions, during a round table workshop, and at a press conference. From the plenary presentations those having most direct relation to vending were the lectures delivered by EVA/WVA CEO Catherine Piana, the Central Bank of Russia Department Chief Vladimir Finogenov and the President of Elexnet Co. Yuri Maltsev. The presentation of C. Piana will be reproduced below (abridged); she made the main accent at the expediency of tight collaboration between the emittents and the designers of the billaccepting devices, including those installed at the vending machines, the collaboration better starting at the development



Количество поддельных банкнот и монет, выявляемых в России

Number of faked notes and coins revealed in Russia

сотрудничества между организациями-эмитентами и разработчиками банкнотоприемных устройств, в том числе тех, которыми оснащаются торговые автоматы, причем взаимодействие это должно начинаться еще на этапе разработки платежных средств. В.В. Финогенов, характеризовавший ситуацию с борьбой с фальшивомонетничеством в России, вообще склонен считать, что в идеале стоило бы стремиться у тому, чтобы обе эти задачи (разработки платежных средств и платежных устройств) были сосредоточены в одних руках. Ю.В. Мальцев произвел неотразимое впечатление на аудиторию своей способностью говорить о серьезных вещах, в том числе о правовом обеспечении бизнеса платежных терминалов, в несколько ироническом тоне. В совокупности это образовало гремучую смесь, которая, кажется, заставила собравшихся задуматься над проблемой.

Конференции такого рода хороши, помимо всего прочего, тем, что предоставляют некоторую возможность для контактов с топ-менеджментом отрасли. В частности, на одной из пресс-конференций был реализован шанс спросить у первого заместителя председателя ЦБ РФ Г.И. Лунтковского, какие ожидаются изменения по части номиналов российской монетной системы. С одной стороны, известно, сколь непопулярны по обе стороны прилавка мелкие монеты от 1 до 50 копеек. С другой стороны, отечественный вендинг давно (но пока безуспешно) мечтает о монетах достоинством 10 руб. и выше.

Надо отдать должное Георгию Ивановичу — он четко сказал, что от копеек надо избавляться как потому, что на них все равно ничего купить нельзя, так и потому, что их чеканка — дело совсем недешевое. При этом выяснилось, что возврат их из сети обращения в лоно ЦБпренебрежимо мал, что создает ощущимую брешь в бюджете. Увеличить возврат никто, похоже, и не пытается, а ликвидировать их боязно — вдруг народ сочтет, что его опять хотят ограбить. В принципе, возможен чешский путь, где правительство изъяло мелкие номиналы из обращения, оговорив при этом, что цены можно округлять лишь в сторону понижения. Но у нас (в РФ) никто не знает, на каком уровне должно приниматься аналогичное решение, а потому — бог с ней, с брешью. Пока чеканку будут удешевлять за счет использования стали вместо дорогих никеля и меди.

Что касается 10-рублевых монет, о предполагаемом широком внедрении которых Г.И. говорил еще года полтора назад, то пока решено ограничиться периодическим «вбросом» мемориальных серий по 10 млн монет каждая. Повседневная практика участия в денежном обращении подводит к мысли, что почти все они расходятся по нумизматическим коллекциям. Насчет более высоких номиналов (20-25 руб. и выше) тем более ничего не слышно, а потому широкое внедрение монетоприемников нам, видимо, пока не грозит.

stage. V.V. Finogenov, who characterized the current combating the counterfeiting in Russia, is inclined to think that the ideal solution would be to concentrate both the tasks (development of the payment means and the payment devices) in the same hands. Yu. V. Maltsev impressed the audience with his ability to discuss most serious things (for example, legal provision of the payment terminals business) rather ironically. Taken together, the components produced an explosive mixture, which made the audience to ponder over the problem.

This kind of conferences is especially useful since it provides some chance for contacts with the top management of the sector. Such a chance has been realized, for example, at the press conference when the first vice-chairman of the Bank of Russia G.I. Luntovsky was asked what changes in the nominal values of Russian coins are expected. On the one hand, it is well known how unpopular the small coins (1-50 kopeks) are at the both sides of the counter. On the other hand, our domestic vending has been dreaming about the coins with the value 10 rubles and more for a rather long time (but unsuccessfully). To do justice to Georgy Ivanovich, he said quite clearly that the kopeks, speaking generally, must be got rid of, firstly, because there is nothing to be bought for them, and, secondly, because minting them is rather expensive. During the discussion it became clear that the coins mainly tend not to come back to the Central Bank, making a great hole in the budget. It seems that nobody tries to increase the return rate, but “the people at the top” are afraid to eliminate the kopecks — what if the citizens decide they are planned to be robbed again. In principle a Czech approach is possible; their government abolished small value coins, but specified that the prices may be approximated only in the lower direction. But here (in RF) nobody knows at what level the decision must be made, so better forget about the hole. As for the cost of minting, it has been decided it should be made cheaper replacing nickel and copper in the coins with steel.

Now about the 10-ruble coins, whose wide introduction was promised by G.I. about a year and a half ago. It has been decided to confine to periodical throwing in memorial series 10 mn coins each. Daily practice of participating in cash circulation brings one to the thought they all disappear in numismatic collections. Nothing was said (and heard) about the higher nominal coin values (20-25 rubles and more), so widespread adoption of coin acceptors seems rather improbable in the near future.

Доклады на второй международной конференции «Наличное денежное обращение: модели, стандарты, тенденции». Москва, 3—июля 2008 г.

Проблемы аутентификации банкнот в сортировочном и вендинговом оборудовании (публикуется в изложении)

Говоря о проблемах распознавания и проверки подлинности банкнот в оборудовании для автоматизированной сортировки наличности и вендинга, г-жа Пьяна отметила, что на европейском розничном рынке наблюдается неспадающий спрос на бумажные платежные средства, несмотря на определенные достижения систем электронных платежей. Купюро приемники отвоевывают себе позиции в вендинге, в том числе благодаря расширению ассортимента товаров и появлению среди них относительно дорогих позиций — например, новых изделий бытовой электроники (iPod и пр.). При этом сам по себе рынок автоматизированной торговли имеет тенденцию к расширению. Всемирная вендинг-ассоциация представляет сегодня 24 страны с парком автоматов около 15 млн. Эта статистика учитывает в основном машины для реализации продуктов питания и напитков, а ведь существует еще обширная сеть паркоматов и других киосков платных услуг, платежных терминалов, банкоматов. В массе своей эта техника ориентирована в первую очередь на работу с наличными деньгами, причем кроме своей основной функции — продажи товаров и услуг — должна выполнять роль фильтра, предотвращающего сбыт подделок и попадание их к клиентам со сдачей.

Чтобы этот канал работал бесперебойно,

Presentations at the 2nd International Conference «Cash Circulation: Models, Standards, Tendencies». Moscow, 3—4 July, 2008

Problems of banknote authentication in sorting and vending equipment (abridged version)



Катерина Пьяна, генеральный директор Европейской и Всемирной вендинг-ассоциаций, Брюссель

Catherine Piana, CEO of the European and the Worldwide Vending Associations, Brussels

Speaking about the problems of checking and verification of banknotes in equipment for automatic cash sorting and vending, Ms. Piana pointed that a stable demand for paper payment means is observed at the European retail market — despite definite achievements of the electronic payment systems. Billacceptors occupy new positions in vending, especially thanks to the growing variety of goods including rather expensive ones (domestic electronics — iPods and the like). Simultaneously the very automatic merchandising market has the tendency to growth. The Worldwide Vending Association represents today 24 countries with the park of vending machines comprising about 15 mn units. This statistics takes into account mainly the machines selling food items and drinks, while there's also a great chain of parkomates and other paid services kiosks, payment terminals, ATMs etc. This technique is mainly aimed at work with cash, performing two functions: the main one — selling goods and services, and the secondary one — being a filter to prevent fakes distribution and their getting to the clients with the change.

- Project started 2004
Проект начал в 2004 г.
- Set up in 2006
Официальное создание — 2006 г.
- Not for profit
Некоммерческая ассоциация
- Offices in Brussels
Головной офис — в Брюсселе
- Staffed by the EVA
Обслуживается персоналом EVA
- 24 countries and 17 corporations
24 страны и 17 объединений
- 15 Million Food & Beverage machines
15 млн машин для продажи продуктов и напитков
- 50 000 companies
50 000 компаний



About the WVA

Что такое ВВА

Industry Segments

Сектора промышленности

Food and beverage + disposables industries
Продукты, напитки и сопутствующие одноразовые изделия

Payment systems and currency counting / sorting equipment
Платежные устройства и оборудование для счета и сортировки наличности

Machine & Parts Manufacturers
Производители машин и узлов

Operators
Операторы

выполняя торговые и защитные задачи, необходимо соблюдение ряда условий:

1. Надежное функционирование валидаторов
2. Оптимизация их защитных функций. В принципе возможно создание платежных устройств, настроенных на распознавание сколь угодно большого количества защитных признаков, но при этом время срабатывания может оказаться неприемлемо продолжительным. Поэтому в мировой практике преобладает точка зрения, что в валидаторах необходимо и достаточно распознавание четырех существенных защитных признаков. Каких именно — этот вопрос должен рассматриваться совместно разработчиками/производителями платежных средств и платежных устройств, а также представителями компаний-операторов.

3. На повестке дня - формулирование унифицированных требований ко всем звеньям цепи денежного обращения, включающей автоматы, терминалы и киоски. На базе такого подхода возможен обоснованный выбор наиболее сильных производителей контрольной техники, грамотная постановка обучения населения и операторов. Применительно к платежным устройствам, г-жа Пьяна сформулировала задачу следующим образом: «Лучше предотвратить прием подделок, чем потом бороться с их циркуляцией».

To provide for uninterrupted functioning of the channel performing both its task (selling and protection), some conditions must be observed, namely:

1. Reliable work of the validators
2. Optimization of their protective functions. It is possible (in principle) to develop payment devices, aimed at checking any number of protective features, but in this case the time of coming into action may appear inacceptably long. Therefore in the world practice a point of view prevails that in validators it is necessary and sufficient to check four substantial security features. The choice "which exactly?" is to be made jointly by the designers/manufacturers of the payment means and the payment devices together with the representatives of the operating companies.

3. The task in agenda is to formulate unified requirement to all the links of the cash circulation chain, including the automatic dispensers, terminals and kiosks. Such an approach can provide a grounded choice of the strongest manufacturers of the control instrumentation and a sound arrangement of teaching the population and the operators. As applied to the payment devices, Ms. Piana formulated the task in the following way: "It's better to prevent fakes acceptance than to combat their circulation later".

Основные направления противодействия фальшивомонетничеству в банковской системе Российской Федерации

Для начала несколько цифр и фактов о текущем состоянии фальшивомонетничества в России.

На фиг. 1 представлено количество поддельных денежных знаков (банкнот) Банка России, выявленных за период 1995-2007 г.г. Видно, что количество выявленных в банковской системе подделок в 2007 году осталось практически на таком же относительно высоком уровне, что и в 2006. Однако за этой стабильностью кроются значительные структурные изменения.

На фиг. 2 показано, как менялось купюрное строение подделок за последние три года. Видно, что количество подделок всех номиналов, кроме банкноты 1000 рублей, постоянно падает. Поддельщики определились в своих симпатиях и практически полностью сосредоточились на 1000-рублевой банкноте.

Фиг. 3 иллюстрирует, как именно они эту банкноту подделывают. Совершенствование компьютерной техники привело к тому, что относительно доступные качественные капельно-струйные принтеры очень неплохо воспроизводят основные изображения и многие визуальные защитные признаки банкнот. Поддельщики это очень хорошо знают, и почти 99 % подделок печатаются на струйниках.

Фиг. 4 показывает, насколько совершенные «изделия» выходят из этих принтеров. Необходимо пояснить, что опасными фальшивками, обозначенными на диаграмме красным цветом, мы считаем те, на которых правдоподобно имитированы не менее трех органолептических признаков подлинности. Умеренную опасность (желтый цвет) представляют собой фальшивки, на которых качественно воспроизведены 1-2 проверяемых населением признака, а также массовые подделки. К неопасным относятся примитивные копии банкнот, распознать которые может любой человек, обладающий минимальными знаниями о том, как должна выглядеть банкнота.

Видно, что на поддельных банкнотах досто-

What is made to combat counterfeiting in the banking system of Russian Federation



В. В. Финогенов, начальник Управления денежных знаков и противодействия фальшивомонетничеству ЦБ РФ (Москва)

V.V. Finogenov, Director of the Cash and Anticounterfeiting Board, Bank of Russia

To start with, let us observe some facts and figures concerning the current state of counterfeiting in Russia.

Fig. 1 represents the number of fake money (banknotes) revealed in Russia during the period between 1995 and 2007. It is seen that the number of counterfeits discovered within the banking system in 2007 stayed practically at the same (and rather high) level as in 2006. But this stability conceals substantial structural changes.

Fig. 2 demonstrates the structural change of the banknote counterfeiting during the last three years. It is seen the number of all the notes counterfeited except those

of 1000 rub. nominal value tends to decrease. It means the sympathies of the counterfeiters became more definite and concentrated at the 1000 rub. banknote.

Fig. 3 shows the technologies used by them. Improvements in the PC technology allow to reproduce the main images and many visual protective features using available drop-jet printers. The forgers know it very well and about 99 % of forgeries are made using these devices.

Fig. 4 shows how refined is the produce of the counterfeiters. It should be explained that we consider to be dangerous (marked red color at the diagram) those fakes which imitate not less than three organoleptic protective features. Moderate danger (yellow) is presented by the fakes reproducing well 1-2 features tested by the consumers, and also mass produced fakes. We consider not dangerous (green) the primitive copies that can be identified by any person possessing some minimal knowledge concerning the way a banknote must look.

It is seen clearly that producing their 10, 50, 100

инством 10, 50, 100 и 500 рублей поддельщики особенно не утружают себя воспроизведением признаков подлинности, и лишь 1000-рублевые подделки от года к году становятся все совершеенее и сложнее для выявления. Остановлюсь немного на характеристиках этих подделок.

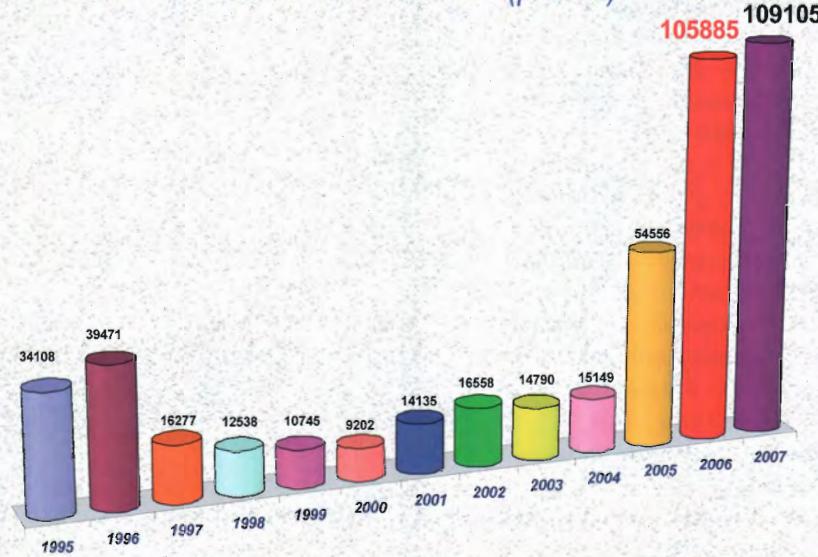
Доля тысячерублевок в общем числе подделок в 2007 году составила 92,5 %. При этом произошла практическая полная переориентации изготовителей подделок с банкнот образца 1997 года на модифицированные банкноты 2004 года (их доля в общем количестве тысячных банкнот составила 84,2 %).

Говоря о качественных показателях поддельных банкнот, следует отметить, что 93,6 % поддельных банкнот номиналом 1000 рублей выполнены на высоком уровне и представляют опасность не только для граждан, но и для кассовых работников. Опасность таких подделок заключается, прежде всего, в том, что фальшивомонетчики, наряду с точным воспроизведением изображений банкнот и использования очень близкой по жесткости и толщине бумаги, достаточно точно воспроизвели рисунок банкнот, видимый в УФ-лучах. Этим они практически свели на нет значение очень распространенного среди кассиров способа контроля подлинности под УФ лампой. Достаточно качественно воспроизведены и такие высокотехнологичные защитные признаки как микроперфорация, ныряющая защитная нить, оптически переменная краска.

Эффективным способом выявления таких подделок в кассах является проверка с помощью инфракрасных визуализаторов. Остаются не подделанными и машиночитаемые признаки, что в настоящий момент гарантирует от прохождения

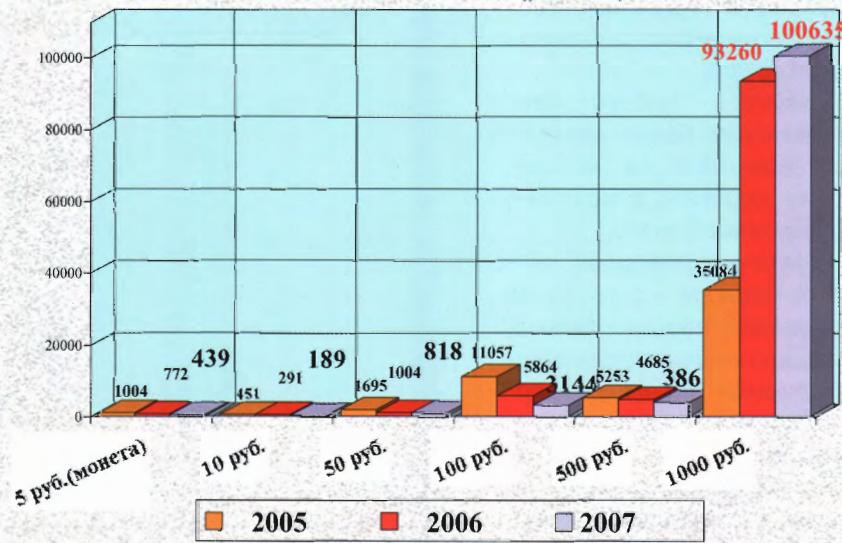
Фиг.1 Количество поддельных денежных знаков Банка России, выявленных за период 1995-2007 г. (в штуках)

Fig.1 Number of the fake Bank of Russia banknotes revealed between 1995 and 2007 (pieces)



Фиг.2 Купюрное строение поддельных денежных знаков Банка России, выявленных в 2005-2007 г.г. (в штуках)

Fig.2 Nominal values of the fake Bank of Russia banknotes revealed between 2005 and 2007 (pieces)



and 500 rub note the counterfeiters don't care much about authenticity of the protective features; only the thousand rubles from year to year become more and more refined and difficult for revealing. Now I'll discuss the features of these fakes.

The share of the thousand ruble fakes in the total number of counterfeits was 92.5 % in 2007. At this time the counterfeiters stopped (nearly totally)

подделок через учреждения Банка России.

Что касается банкнот номиналом 5000 рублей, то на сегодняшний момент число их подделок в общей массе незначительно, а качество весьма невысоко.

Теперь два слова о географическом распределении выявленных подделок. На фиг. 5 вы видите, как подделки распределяются по федеральным округам.

Наибольшее количество выявленных поддельных денежных знаков, как и в предыдущие два года, отмечено в Центральном, Северо-Западном и Приволжском федеральных округах.

А теперь я перехожу к направлениям нашего противодействия фальшивомонетничеству. При этом я имею в виду неполицейские мероприятия. Банк России несет ответственность за банковскую систему страны, и наши действия ограничиваются мероприятиями в банковской сфере.

Задачей любого центрального банка является минимизация количества подделок в налично-денежном обороте.

Налично-денежный оборот страны - это очень сложная, многоуровневая, инерционная, саморегулирующаяся и тяжело поддающаяся управляющим воздействиям система. Если брать аналогии, то ее можно сравнить с оборотом воды в природе. Здесь есть и водоемы с запасами воды, и мощные потоки, которые определяются особенностями местности, сезонными факторами и случайными колебаниями климата. Здесь есть подземные озера, куда вода может неожиданно попасть и храниться годами. Есть источники и стоки. Есть многочисленные непредсказуемые ручейки и постоянные океанские течения. И есть многочисленные кру-

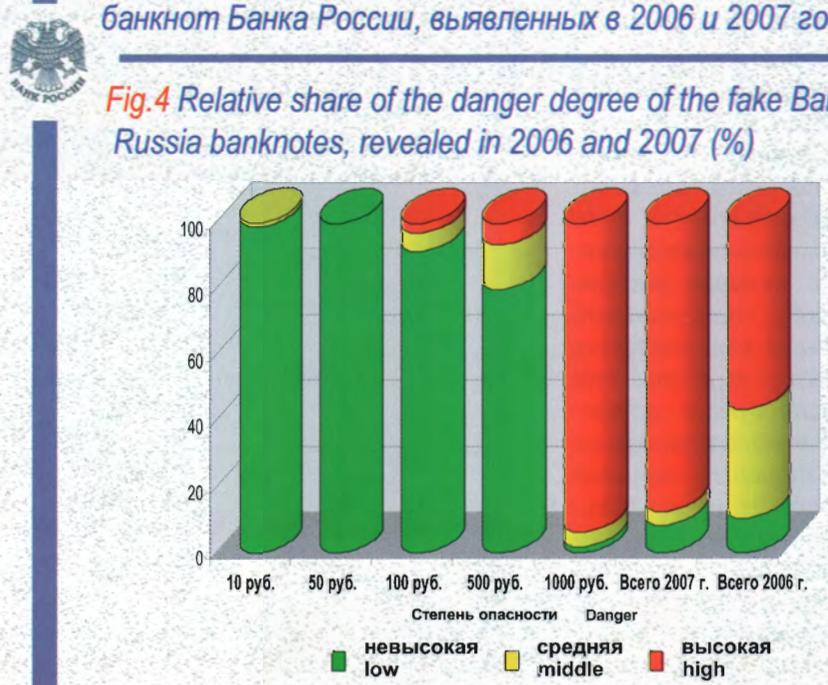
Фиг.3 Соотношение основных способов печати поддельных банкнот Банка России, выявленных в 2007 году (в %)

Fig.3 Relative share of the main printing technologies used for faking Bank of Russia banknotes revealed in 2007 (%)



Фиг.4 Распределение по степени опасности поддельных банкнот Банка России, выявленных в 2006 и 2007 годах (в %)

Fig.4 Relative share of the danger degree of the fake Bank of Russia banknotes, revealed in 2006 and 2007 (%)



to imitate 1997 banknotes and switched over to the modified 2004 banknotes (their share rose to 84.2 % of the total number of 1000 rub notes).

Characterizing the fakes' quality, it should be noted that 93.6 % of 1000 rub counterfeits have been performed at a high level, and therefore present a danger not only to the ordinary people,

овороты, попав куда, вода может долгое время не смешиваться с другими массами воды. В этой системе, как и в налично-денежном обороте, есть и загрязняющие факторы. Чтобы они влияли на чистоту воды как можно меньше, надо отфильтровывать загрязнения на каждом уровне, в каждом потоке, в каждом водоеме. Не всегда это возможно — подземные озера и водовороты живут своей, достаточно независимой жизнью и не поддаются внешней чистке, но и на общее загрязнение они влияют минимально.

В налично-денежном обращении фильтры для задержания подделок также желательно иметь в каждом потоке и в каждом резервуаре. А фильтрами являются сортировально-счетные и счетно-денежные машины с функцией проверки подлинности, банкнотоприемные устройства банкоматов, платежных терминалов, приборы контроля подлинности кассиров и экспертов и, конечно, знания граждан о защитных характеристиках банкнот.

Все эти фильтры должны работать эффективно и перекрывать все возможные пути сбыта подделок. В этом, собственно, и заключается задача центрального банка.

Итак, фильтры должны быть эффективными. Это означает, что они должны соответствовать существующим видам загрязнений. А это значит, что эти типы загрязнений должны быть точно известны. В Банке России изучением и классификацией подделок занимается специальная экспертная служба. Работающие в каждом регионе страны квалифицированные эксперты по исследованию денежных знаков, обеспеченные современной техникой и необходимой информацией, изучают все выявленные в банках подделки и пересылают в Москву их детальную характеристику. Здесь, в Москве мы ежемесячно имеем точную картину состояния фальшивомонетничества в стране и делаем выводы о необходимости корректировки тех или иных фильтров.

Наши основные фильтры — это сортировально-счетные машины, обрабатывающие все деньги, поступающие в учреждения Банка России, и надо сразу сказать, что современный набор датчиков подлинности, используемый в этих машинах, позволяет полностью очищать от подделок поток денег, идущий через учреждения Банка России.

Однако Банк России не может пропускать через свои учреждения все деньги, находящиеся в обращении. Помимо того, что это практически нереализуемо в условиях современного налично-денежного оборота, это весьма трудоемкое и дорогостоящее дело, и поэтому во всем мире идет процесс передачи части функций по обработке денежной наличности от центральных банков коммерческим банкам и инкассаторским организациям. Это не означает потерю контроля со стороны централь-

but to the cashiers as well. The danger lies in the fact that in addition to good reproduction of the imprint and to use of a naturally looking (and feeling) paper, the fakers achieved to reproduce very closely the UV image. In this way they brought to nothing the technology of UV checking widely used by the cashiers. Among other well imitated features there were such high-tec protective technologies as microperforation, diving security thread, and color-changing paint. An effective way to reveal such fakes at cash offices is the checking with IR visualizing devices. Also today the counterfeiters are not able yet to imitate the machine-read features, which guarantees filtering the fakes out within the Bank of Russia institutions.

As for 5000 rub notes, the number of their fakes is still negligibly small, and the quality is low.

Now about the geographical distribution of the revealed fakes (fig. 5). As during the previous two years, the majority of them has been observed at the Central, North-West and Povolzhsky (Volga) Federal regions.

Now I'll pass to the directions of our combating cash forgery, meaning only unpolice measures. The Bank of Russia bears responsibility for the country's banking system; hence our activities are limited by the banking sector. The task of every central bank is to minimize the presence of fakes in the cash circulation.

The cash circulation of a country is a very complex, multi-level inertial, self-regulating system, that can be hardly subjected to control actions. To a certain extent there is an analogy with the water turnover in the Nature. There are some water storing reservoirs and mighty flows, defined by the peculiarities of the landscape, season factors and casual climate variations. There exist underground lakes incidentally filled by water to be stored there for years. There are sources and sinks. There are numerous unforeseeable creeks and constant oceanic currents. There are a lot of whirlpools, whose water is not mixed with other masses for a long time. And in this system, just as in cash circulation, its pollution factors are present. In order to diminish their influence at the purity of water, the pollutants should be filtered and got rid of at every level, in every flow and in every reservoir. It's not always possible: the underground lakes and whirlpools live their own and rather independent like; they can hardly be subjected to purification from the outside, but their influence at the total pollution level is minimal. In the case of cash circulation some filters to stop fakes circulation are also desirable in every flow and every reservoir. The filtering is performed by sorting-counting and cash counting machines with the function of authenticity checking, note-acceptors of ATMs and payment terminals, control devices of the cashiers and

ных банков за процессами проверки подлинности банкнот при их обработке в коммерческих структурах. Как мы слышали в выступлении представителя Центрального Европейского Банка, в Европе введен достаточно жесткий контроль за той кассовой техникой, которая используется в коммерческих банках для обработки выдаваемой в обращение наличности.

Банк России идет по этому же пути и в настоящее время создает специальное подразделение, которое будет проводить тестирование устройств контроля подлинности банкнот и другой кассовой техники, при обработке на которой должна проверяться подлинность банкнот. Результаты тестирования будут публиковаться на сайте Банка России и носить рекомендательный характер. Мы надеемся, что обоснованные рекомендации Банка России будут услышаны банковским сообществом и используемые в коммерческих банках «фильтры» против подделок будут эффективными.

Наши надежды тем более обоснованы, что в новой редакции инструкции Банка России, регламентирующей кассовую работу в кредитных организациях, установлено, что банкноты, выдаваемые кредитной организацией в своей упаковке, должны быть обработаны с использованием счетно-сортировальных машин с функцией распознавания не менее четырех машиночитаемых защитных признаков банкнот Банка России, перечень которых устанавливается Банком России.

Нами внимательно изучаются все потоки и ручейки налично-денежного обращения. В последнее время достаточно опасным с точки зрения возможного сбыта подделок становится широкое внедрение различных платежных автоматов, принимающих в качестве платежного средства банкноты Банка России. Зарубежный опыт показывает, что фальшивомонетчики активно пользуются ограниченными возможностями устройств по проверке подлинности, которые используются в таких автоматах, и изготавли-

money experts and, of course, the knowledge of the people concerning the protective features of the banknotes.

All these filters are to work efficiently, blocking the ways of possible fakes sale. This, in fact, is a function of the Central Bank.

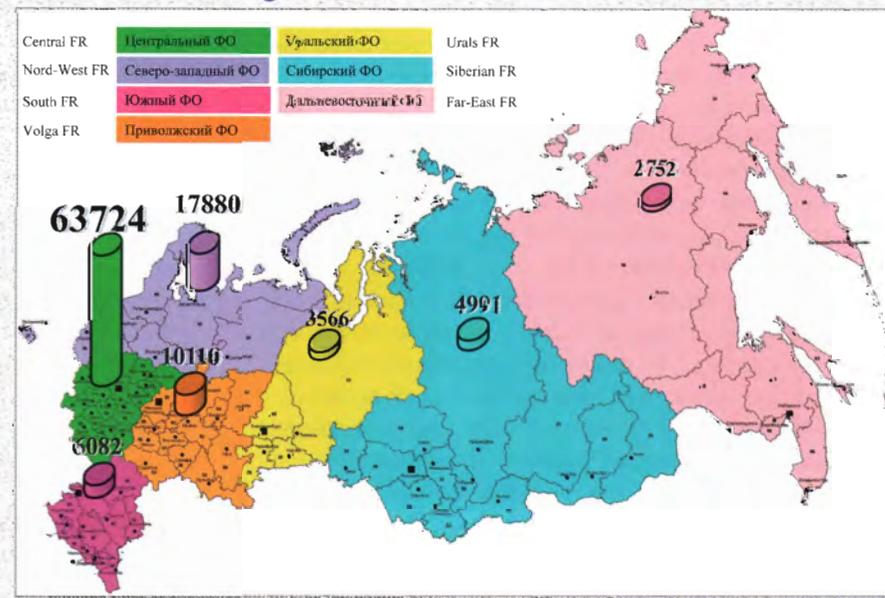
So the filters must be efficient. This means they must correspond to the existing kinds of pollutants. And, in its turn, it means the types of pollutants are to be known exactly. At the Bank of Russia the fakes are studied and classified by a special expert service. Skilled experts working in every region of the country, provided with up-to-date machinery and the necessary information, are investigating all the fakes revealed in the banks and mail to Moscow their detailed characteristics. Here, in Moscow, we are monthly provided with exact picture of counterfeiting in the country, making our conclusions concerning the necessity to correct these or the other filters.

Our main filters are the sorting-counting machines that process all the cash entering the BR institutions, and, it should be noted, the sort of authenticity checking sensors used in the machines allows to purify from the fakes the cash flowing through the BR institutions totally.

Unfortunately the Bank of Russia is not able to filter all the money circulating in the country. Apart from the fact it is practically impossible in the current conditions of the cash turnover, the business is very laborious and expensive; therefore all over

Фиг. 5 Вывявление поддельных денежных знаков в федеральных округах в 2007 году

Fig. 5 Revealing of fake banknotes in the Federal Regions, 2007



вают подделки, специально ориентированные на сбыт через такие автоматы.

Ценовой диапазон банкнотоприемных устройств (БПУ), используемых на российском рынке, колеблется от 50 до 2000 долларов. Так же сильно отличаются и их возможности. Естественно, наибольшее распространение получили именно дешевые БПУ с ограниченными возможностями по проверке признаков подлинности. Более того, несмотря на фактическое наличие в таких БПУ тех или иных датчиков, реально они соответствующих признаков на отечественных банкнотах могут не измерять, т.к. трассы контроля в этих БПУ часто не совпадают с размещением признаков на наших банкнотах. Зарубежные производители ориентированы на наиболее распространенные в мире валюты, и заставить их изменить конструкцию своих БПУ под наши банкноты весьма проблемно. Это говорит о необходимости привлечения отечественных приборостроителей к разработке и выпуску БПУ, изначально ориентированных на российские рубли.

Мы очень надеемся, что выход на рынок производителей датчиковых систем ФГУП «Гознак» поможет ускорить решение этой проблемы.

В создаваемом подразделении Банка России, о котором я говорил выше, будет осуществляться проверка способности выявления подделок не только сортировально-счетных машин, но также банкнотоприемных устройств, банкоматов и другой подобной техники. Это поможет определить группу наиболее эффективной кассовой техники, которая в дальнейшем и должна будет стать фильтром, пресекающим механизм сбыта подделок через платежные терминалы, банкоматы и торговые автоматы.

Еще одним фильтром на пути подделок являются знания и приборное оснащение кассовых работников банковских офисов, учреждений торговли, общественного питания, почтовых отделений.

Нас, конечно, в первую очередь волнует банковская система, поэтому нормативный документ, регламентирующий кассовую работу в кредитных организациях, содержит жесткие требования по тем знаниям, которыми должны обладать кассовые работники банков, и по тем техническим средствам, которые должны использоваться при проверке подлинности банкнот. Этот набор технических средств постепенно изменяется, чтобы соответствовать современному качеству подделок. В настоящее время наиболее актуальным стало использование приборов для визуализации ИК-образа банкнот.

Что касается требований по обучению кассиров банков, то мы намерены жестко требовать от комбанков проводить настоящее обучение по способам выявления подделок, а не символический инструктаж. Я на собственном опыте знаю, как

the world the process of passing some functions of cash processing from the central banks to the commercial ones and to collecting companies is underway. It doesn't mean the central banks lose control of the authenticity checking processes within the commercial structures. As we have heard during the presentation of the Central Bank of Europe representative, they introduced strict control of the cash processing machinery used by the commercial banks. The Bank of Russia follows the same pattern and is now creating a special department that will test the cash control devices. The results of the testing will be made public at the Bank's web-site and will have a recommendation nature. We hope that well-based recommendations of the Bank will be heard by the banking community, and the "filters" used by the commercial banks will be efficient against the fakes.

Our hopes are especially based as the new wording of the BR instruction regulating cash processing in credit institutions demands that the banknotes given by a credit organization in its packing must be processed using a counting-sorting machine able to recognize at least four machine-read protective features of the BR banknotes; the list of the features is to be established by the Bank of Russia.

We are investigating thoroughly all the flows and the creeks of the cash circulation. Recently we came to the conclusion there is an increasingly dangerous source of fakes' penetration into the cash flow. I mean all kinds of vending machines accepting the BR banknotes. Foreign experience shows the fakes actively exploit the limited potentialities of the validators installed in the machines and fabricate fakers especially intended for sale through VMs.

Price range of the bill acceptors used at the Russian market lies within \$ 50 – 2000. Correspondingly equally wide is the range their potential varies. Naturally, the widest distribution was acquired by the cheapest acceptors with their limited potential of verifications. And even if they are provided with pickups of various kinds they often are not able to check the features to be verified at the Russian banknotes, since the control routes of the acceptors may not coincide with the real place of the features. The foreign manufacturers intend their acceptors mainly to check the money most distributed in the world and it is a problem to make them change the design of their bill-acceptors to conform fully to the Russian bills.

This situation makes us to discuss the necessity of attracting the Russian instrument-making industry to design and manufacture accepting devices intended to verify the Russian ruble banknotes.

We hope that entering the market by the gauge producers of the Goznak production facilities will help and accelerate solving the problem.

Лотерейный бизнес по-новому!



Электронный лотерейный терминал

продажа
лизинг
рассрочка
дилерство
спецпредложения

Казань

843 275-81-68 (доп.225)
pm@bulatovgroup.ru

www.bulatovgroup.ru

Bulatov
Group

часто кассиры банков не знают, что можно и нужно проверять на банкноте. Очень часто они слепо верят автоматическим детекторам валют, которые, как я уже говорил, настроены в основном на проверку защитных признаков долларов США.

Мы считаем, что этот вид «фильтра от подделок» может быть существенно улучшен, также как и порядок работы с выявленными подделками в коммерческих банках. Известны многочисленные факты, когда кассиры, определив подделку, не действуют согласно инструкции, которая требует изъять ее у клиента, оформить соответствующий документ, вызвать милицию и передать ей подделку вместе с данными о сдавшем ее клиенте. Вместо этого фальшивка со словами: «А нет ли у вас другой банкноты?» возвращается клиенту и продолжает свой путь от человека к человеку. Только очень крупные, уважающие себя и своих клиентов банки, в частности, Сберегательный банк, следят за тем, чтобы их кассиры действовали строго в соответствии с законом. Выявленная подделка не должна вернуться в обращение, а должна быть оперативно передана органам внутренних дел.

Следующий, самый распространенный и самый ненастроенный фильтр – это знания гражданами собственных денег, внимательность при приеме наличности. Это – самая первая линия обороны от фальшивок, самая массовая, но, увы, и самая неуправляемая.

Несмотря на то, что при введении в обращение каждой новой банкноты, проведении любой модернизации денежных знаков Банк России тратит миллионы рублей на информационные кампании, призванные донести до каждого человека необходимую ему информацию о собственных деньгах, наши граждане знают о них крайне мало. Бывает очень обидно видеть, когда, несмотря на демонстрируемые по телевидению рекламные ролики, разда-

The newly created department of the Bank of Russia I mentioned above will perform checking the ability to reveal the fakes not only by the sorting-checking machines, but also by all kinds of the bill-acceptors, ATMs and the like. It will help to define the group of the most efficient cash machines that in future will become the filter preventing fake sellings through the payment terminals, ATMs and vending machines.

An additional filter at the way of the fakes must be presented by the knowledge and instrumental provision of the cashiers working at bank offices, shops, catering points and post-offices.

Of course, first of all we are worried by the state of the banking system; that's why specifications that regulate cash activities in credit institutions contain stringent requirements both to the knowledge of the bank cashiers and to the technical means used to check authenticity of the banknotes. This set of devices is subjected to gradual changes in order to correspond to the fakes quality. Today the most actual is the use of instruments visualizing the banknote IR image.

As for the standard of teaching the bank cashiers, we intend to address very strict requirements to commercial banks, urging them to perform real and not just symbolical teaching. My own experience shows, that very often the bank cashiers do not know what must be checked at a note and how to do it. They often believe blindly automatic cash detectors which, as I have mentioned, are mainly tuned to check the US dollars' protective features.

We consider this kind of a filter can be substantially improved, as well as the standard of treating the revealed fakes at commercial banks. Numerous facts are known when a cashier who has just revealed a fake doesn't act in accordance with his instructions, demanding to keep the fake banknote, draw up a necessary document, call the police and pass to them both the fake and the data concerning the customer who brought it. Instead of it the fake comes back to the customer with the words: "Have you got another one?" and travels on, from man to man. Only solid banks respecting themselves and the clients (e.g. the Sberbank - the

ваемые бесплатно красочные буклеты, люди не знают ничего о тех весьма эффективных и наглядных защитных признаках, которые Банк России совместно с Гознаком внедряют на наши банкноты. Очевидно, что в этой работе у нас есть еще большие резервы.

Мы, конечно, стараемся увеличить информационное давление на граждан, улучшить его качество. С этой целью в прошлом году Банк России провел для журналистов ряда средств массовой информации специальный семинар по способам выявления подделок, практически такой же, как и для своих экспертов. Это не только увеличило количество публикаций по данному вопросу, но и сделало их более грамотными. Мы и в дальнейшем будем работать над повышением эффективности информационных кампаний, очень надеемся на помощь кредитных организаций, напрямую работающих с населением, и открыты для любых предложений в этой области.

Я снова хочу вернуться к аналогии с загрязнением водных потоков. Конечно, эта аналогия не совсем полная. В отличие от воды, мы имеем возможность менять не только свойства фильтров, но и характеристики проверяемого объекта – денежных знаков. Поэтому собранная информация о подделках, о том, что и как на них подделывается, является базой для принятия решений о направлениях совершенствования защиты денежных знаков от подделки.

Очевидный тезис звучит так: чтобы подделки эффективно выявлять, необходимо, чтобы подделывать банкноты и монеты было бы сложно и дорого, а выявлять подделки просто и надежно. Это означает, что банкноты должны иметь достаточное количество защитных признаков, рассчитанных на различные уровни проверки: и при покупках в магазинах и на рынках, и при осуществлении гражданами банковских операций, и при обработке наличных денег в кассах банков.

Современные российские деньги, хоть и с некоторыми модернизациями, находятся в обращении десять лет. Это большой срок, и мы понимаем, что пора думать об усилении их защиты от подделки, тем более, что усилиями Гознака за это время разработано много новых высокотехнологичных защитных признаков. Мы тщательно изучаем предложения специалистов Гознака, рассматриваем новые банкнотные серии, выпускаемые другими центральными банками, формулируем свои предложения и думаем, что наша совместная с Гознаком работа не гастр фальшивомонетчикам спать спокойно.

Ну и последнее. Проблема определения подлинности гражданами, да и кассирами тесно связана с уровнем ветхости банкнот в обращении. Из этого вытекает еще одна задача Центрального банка РФ: поддерживать такой средний уровень

Savings bank) watch their cashiers are acting strictly according to the law. The revealed fake must not come back into circulation; instead it should be timely passed to the police bodies.

The next filter, the most distributed and the most unadjusted one, - is the knowledge by the people their own money, the attention during accepting it. It is the first line of defense from the fakes, which is the most mass, but, alas, the least managed.

Despite the fact that in the process of introducing a new banknote or performing its upgrade the Bank of Russia spends millions rubles to provide all the citizens with the necessary information about his own money, our people know very little about it. It is disappointing to see that despite all the TV promotion efforts plus free distributed leaflets and booklets most of the people know negligibly little about those very efficient and intelligible protective features the Bank of Russia and Goznak introduce to our banknotes. Obviously we have a lot to be done in this direction. Of course, we seek to exert information pressure upon the people, increasing it and improving its quality. Last year the Bank of Russia carried out a special press conference at the same level as the workshops for its experts. The event resulted not only in increase of the number of publications on the subject – it also made them more professional. In future we plan to increase the efficiency of our information campaigns; we rely very much on the help of the credit institutions who have direct contacts with the people and we are fully open for any suggestions in the field.

Now I'd like to return to my analogy with water flows pollution. Of course, the analogy is not full. Unlike the case with water we can change not only the properties of the filters, but also the characteristics of the very checked object – the cash. Hence the collected information about the fakes, about what and how has been faked is the base for making decisions about the ways to protect the money.

There is an evident thesis: to reveal fakes efficiently it is necessary that faking banknotes and coins were complex and expensive, and revealing the fakes were simple and reliable.

It means that the notes must have enough protective features provided for different levels of checking during buying process, in banking operations performed by customers and during cash processing.

The current Russian banknotes have already been in circulation for ten years, though with some upgrade of their protection from forgery, especially as Goznak experts has developed a lot of new high-tec protective features. We are investigating their proposals thoroughly while studying new banknotes emitted by other central banks, we

загрязненности банкнот, который не препятствует надежному определению их подлинности. Это достигается соответствующей интенсивностью сортировки банкнот, то есть такой организацией потоков денежной наличности, чтобы деньги регулярно проходили через процедуру сортировки по ветхости в банковских учреждениях. Сюда относится также задача своевременного завоза партий новых банкнот во все регионы страны, а также проблема обеспечения качественной и единообразной работы сортировально-счетных машин.

Ну и конечно, чтобы банкноты дольше не пачкались, хорошо было бы, чтобы они были специально защищены от грязи. Однако эта тема столь комплексна, что я думаю, мы поговорим о ней на следующей конференции.

Резюмируя, хочу еще раз отметить, что задачи Центрального банка по профилактике фальшивомонетничества комплексны и многообразны. Так же, как и само налично-денежное обращение.

Примечание редакции:

Для тех, кого интересует, о каком инструктивном документе Центробанка России упоминает Владимир Викторович, уточняем: его полное название – «Положение о порядке ведения кассовых операций и правилах хранения, перевозки и инкассации банкнот и монеты Банка России в кредитных организациях на территории РФ», №318-П от 24 апреля 2008 г. Конкретно речь идет об абзаце четвертом пункта 2.11, который

формулирует наши собственные предложения и надеемся, что наша коллаборация с Goznak не позволит фальшивомонетчикам спать спокойно.

And now the last. The problem of determining the authenticity of banknotes by the citizens and the cashiers is closely tied with the degree of decay of the banknotes in circulation. This is where one more task of the Central Bank comes from: to provide such an average level of the banknotes' soiling which would not prevent their reliable checking. This is achieved by regular sorting of the banknotes at the banking institutions, by timely providing all the regions of the country with the fresh cash, and by high-quality and unified work of sorting and counting machines.

To keep the banknotes clear as long as possible their adequate protection from soiling would be especially valuable. The subject is compound enough to be postponed till the next conference.

Summing up, I'd like to draw your attention to the fact that the tasks facing the Central Bank in the prophylactics of counterfeiting are complex and diverse – like the cash circulation itself.

From the editors:

For those who are interested which instructive document of the Bank of Russia was mentioned by Vladimir Finogenov, we reproduce its full title: "The Regulations concerning performing cashiers operations and the rules of storage, transportation and collection of the banknotes and coins of the Bank of Russia at credit institutions at the territory



вступает в силу с 1 января 2009 года и гласит:

"Банкноты Банка России, выдаваемые кредитной организацией, ВСП клиентам в упаковке кредитных организаций, ВСП кредитных организаций должны быть обработаны с использованием счетно-сортиментальных машин с функцией распознавания машиночитаемых защитных признаков банкнот Банка России. Обязательной проверке подлежат не менее четырех машиночитаемых защитных признаков банкнот Банка России, перечень которых устанавливается нормативным актом Банка России.

Информация о технических средствах, прошедших тестирование в Банке России и удовлетворяющих вышеперечисленным требованиям, размещается Банком России на официальном сайте Банка России в сети Интернет".

В этом же Положении имеется п. 7.3, дающий право кредитным организациям «использовать специальные устройства для упаковки наличных денег, в случае несанкционированного вскрытия которых происходит окрашивание банкнот Банка России специальной краской, обладающей устойчивостью к воздействию растворителей, химических реагентов и другими отличительными характеристиками, позволяющими идентифицировать ее наличие на банкноте Банка России». В этом пункте идет речь об организации процесса перевозки наличности; вопросы распознавания загрязненных банкнот валидаторах не затрагиваются.

of Russian Federation.", №318-П from April 24, 2008. To be more concrete, the paragraph 4 of the Section 2.11 is meant, which comes into force on January 1, 2009, and states:

"The banknotes of the Bank of Russia passed to the clients... must be processed using counting-sorting machines with the function of discerning machine-read protective features of the BR banknotes.

Not less than four of these features must be discerned; their list is established by a normative act of the Bank of Russia.

Information about the technical means tested at the Bank of Russia and satisfying the demands mentioned above is to be placed by the Bank of Russia at its official site".

The same Regulations contain the Section 7.3, giving the credit institutions right "to use special devices for packing cash, unsanctioned opening which is staining the banknotes of the Bank of Russia with a special paint stable against solvents and chemicals and possessing other characteristic features allowing to identify its presence at the banknote".

This Section discusses the organization of the cash transportation only, the problems of discerning the stained banknotes in validators are not treated.

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ПОСТАВЩИК ИТАЛЬЯНСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ Saeco на территории России



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТОРГОВЫЕ АВТОМАТЫ

Торговые автоматы

Профессиональные кофемашины

Натуральный кофе в зернах:

- серия для ресторанов и кафе
- серия для вендинга



121351, Москва, ул. Ивана Франко, д. 48, корп. 1
тел.: (495) 229-56-02, (495) 730-65-54
e-mail: info@vend.ru

www.vend.ru



9-11 сентября

Выставка и конгресс Россия, Москва

17^я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ИГОРНОГО, ЛОТЕРЕЙНОГО И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Развлекательное оборудование
Биллиард
Видео и интерактивные игры
Спортивные аттракционы
Системы безопасности

Покер и покерное оборудование
Боулинг
Дартс, тирсы
Оборудование для казино
Тотализаторы

Букмекерские конторы
Компоненты для игорного
оборудования
Лотереи
Он-лайн бизнес

www.elex.ru

Компания «Seven Group»: новый этап, новые партнеры

В июле 2008 года ООО «Сэвэн» вступило в группу компаний, куда входят страховая и перестраховочная компании, (СК «РОСЛЕС», ПК «Рослес-Ре»), успешно работающую при активном участии и поддержке со стороны КБ «ЛесБанк». Такое решение было принято для расширения возможностей в предоставлении полноценного комплекса услуг в области вендинга. Теперь это не только качественный сервис и обучение, но и возможность кредитования, лизинга, страхования (см. статью «Страховая компания РОСЛЕС на страже вашего бизнеса», стр. 23), а также что очень важно для клиентов, оплата оборудования по факту наличия на складе в Москве.

Основной позицией линейки предлагаемого оборудования остается автомат по продаже горячей и холодной еды Gourmet, который теперь компания Seven Group поставляет в Россию на эксклюзивных условиях. Год работы автоматов в России дал много пищи для размышлений на базе информации, полученной от операторов: статистика продаж, предпочтения потребителей и, конечно же, возникающие неполадки. Приятно отметить, что статистика подтвердила ранее рассчитанные сроки окупаемости, которые, как правило, не превышают года. Сложнее было с неполадками, которые возникали в основном в связи с несовместимостью с автоматом ряда продуктов (происходила некорректная выдача продукта, замятие и т.п.). Претензий к собственно автомату возникало немного. Постоянное сотрудничество с производителем Jofemar S.A. в Испании позволило составить техническое задание для доработки автомата; была выпущена его новая модификация, исключающая все неполадки, связанные с выдачей продукта.

Почему же все-таки мы сделали основную ставку на Gourmet?

Тщательное исследование аналогичных автоматов мировых производителей выявило ряд серьез-

Seven Group Co: New Stage, New Partners



In July 2008 Seven Group entered a group of company composed of an insurance company SK ROSLES and a reinsurance company PK ROSLES-RE, who are working successfully under active support by LESBANK commercial bank. Such a decision was made in order to broaden opportunities in providing full value services in the sphere of vending. Now these opportunities include not only high quality service and training, but also possibility of crediting, leasing and insurance (see article "Insurance company ROSLES on guard of your business", p 23 of this issue), and what is especially important for the clients, payment for the equipment present at store-house in Moscow.

The main article in the set of equipment we propose is still the Gourmet vending machine for selling hot and cold food articles. Seven Group is now its exclusive distributor in Russia. The last year of its operation in the country allowed to acquire a lot of information from the operators concerning sales statistics, customers preferences and of course the faults that took place. We are glad to state the statistics confirmed the calculated terms of repayment which, as a rule do not exceed a year. The situation was more complicated in case of faults that were connected mainly with incompatibility of some goods with the machine resulting in incorrect delivery, crumpling, etc. Very little claims could be addressed to the machine itself. Constant collaboration with Jofemar S.A., the Spanish manufacturer, allowed to make up a technical assignment aimed at updating of the machine. Production of its new modifica-



ных преимуществ этой модели; в их числе загрузка продукта, не повреждающая упаковку, система санитарного контроля, а также возможность установки GPRS модема для дистанционного управления работой и отслеживания статистики продаж.

В свое время прозвучало много критики в адрес автомата *Gourmet* и его будущего на российском рынке. Практика же показала, что это уникальный автомат, позволяющей продавать далеко не только обеды, гамбургеры и салаты; очень хорошо идут продажи молочной продукции, всевозможных йогуртов, сырков, соков, напитков в баночках. Автомат полностью заменяет снэковый, тем более, что в России автоматы, называемые снэковыми, используются зачастую не для снэковой продукции, а для тех же сэндвичей, которые гораздо приятней кушать разогретыми, салатов и напитков.

В линейке оборудования, предлагаемого компанией "Seven Group", также присутствуют кофе-машины итальянского и испанского производства, автоматы по продаже мороженого, снэков и т.д. Не так давно добавились новинки российских производителей - автоматы по продаже газированных напитков и кваса, которые имеют огромный успех в южных регионах.

Выбирая компанию "Seven Group", вы получаете надежного профессионального партнера в поддержке вашего бизнеса на долгие годы.

Компания «Seven Group» – это семь правил вашего успеха:

- 1) Не упустить момент для начала вашего бизнеса
- 2) Знать какие события происходят в сфере вашей деятельности
- 3) Отстаивать новые идеи
- 4) Воплощать свои идеи в реальность
- 5) Открытость в партнерских отношениях
- 6) Не останавливаться на достигнутых результатах
- 7) Не разлучиться мечтать!

tion has been started, precluding all delivery faults.

Why did we stake on *Gourmet*?

Our thorough investigation of its analogues produced in the world revealed some serious advantages of the model including loading of the goods without damaging their packing, the system of sanitary treatment and the possibility to install GPRS modem for distant control.

There had been a lot of criticism addressed to *Gourmet* machine and its prospects at the Russian market. The practice showed it's a rather unique machine able to sell not only dinners, hamburgers and salads; all kinds of dairy items including yoghurts, cheese curds, juices and canned drinks have been sold very successfully. The machine fully replaces snack ones, especially since in Russia the snack machines are often used not only for selling snack goods, but also sandwiches (which are much better consumed heated), salads and drinks.

The line of equipment proposed by Seven Group Co. contains also coffee-machines produced in Italy and Spain, ice-cream and snack machines etc. It was not long ago they were joined by some Russian produced novelties: machines for distribution of fizzy drinks (water and kvass), that have a great success in the South regions.

Choosing Seven Group Co. you acquire a reliable professional partner that can render assistance to your business for a long future.

ООО «СЭВЭН ГРУП»
123423, г.Москва,
Карамышевская наб.. д.44
Тел.: +7 495 741 93 47
e-mail: info@sevenltd.ru
website: www.sevenltd.ru

Страховая компания РОСЛЕС на страже вашего бизнеса

За 16 лет работы компания РОСЛЕС накопила огромный опыт страхования, в том числе имущественного, и готова предложить новую услугу:

СТРАХОВАНИЕ ВЕНДИНГОВЫХ АВТОМАТОВ.

Вендинг - очень динамично развивающийся бизнес в России, парки вендинговых операторов порой доходят до тысячи единиц оборудования. Основная задача вендоров - найти хорошие места размещения автоматов с высокой проходимостью, ведь именно за счет таких мест бизнес обретает максимальную рентабельность. Несмотря на то, что все автоматы в той или иной степени претендуют на антивандальное исполнение, риск вандализма существует всегда. Помимо рисков противоправных действий третьих лиц возможно влияние стихийных бедствий (ливней, бурь, ураганов, града и т.п.), наезд транспортных средств и т.д. В зданиях существуют технические риски (пожар, взрыв, залив водой из систем пожаротушения, аварии инженерных коммуникаций). В связи с техническими особенностями торговых автоматов, нельзя исключать их повреждения из-за перепадов напряжения в электросети. Таким образом, на плечи операторов ложится множество рисков, которые могут привести к простоям оборудования и, как результат, к значительным материальным потерям.

Компания "Seven Group" поделилась опытом в данной области, и выяснилось, что многие операторы готовы устанавливать скрытые камеры, системы сигнализации и т.д. для того, чтобы уберечь автомат от вандалов. Увы, все эти средства повышения безопасности заметно увеличивают стоимость оборудования, но полной гарантии от вандализма они не дают. И уж подавно они не в состоянии защитить от иных рисков – разве что дистанционно информировать об их последствиях.

Компания РОСЛЕС разработала программу страхования торговых автоматов от всех видов рисков для любого вида оборудования. Стоимость страхования одного автомата будет составлять от 1500 до 5000 рублей в год, в зависимости от модели, места установки и условий эксплуатации. Но зато, затратив на страховку торговой точки от 150 рублей в месяц, владельцы автоматов обретают спокой-



РОСЛЕС
страховая компания

Insurance company ROSLES on guard of your business

ный сон и уверенность.

Учитывая западный опыт можно смело ожидать, что это направление бизнеса весьма перспективно, так

как, приобретая более качественные и дорогие автоматы, их владельцы начинают всерьез задумываться о защите своих инвестиций – порой весьма значительных.

В этом они могут рассчитывать на поддержку страховой компании РОСЛЕС, которая предлагает им простое и надежное решение проблемы.



ООО СК «РОСЛЕС»

344010, г. Ростов-на-Дону,

ул. Красноармейская, д. 33Б

Тел.: +7 (863) 234 45 11; +7 (863) 291 30 15

Факс: +7 (863) 232 79 02

123423, г. Москва,

Карамышевская наб., д. 44

Тел.: +7 (495) 926 57 03; +7 (495) 926 57 05

Факс: +7 499 199 88 81

Веб-сайт: www.rosles.org

Перекусить?

УДОБНЫЙ СЭНДВИЧ В УДОБНОЕ ВРЕМЯ!



Уважаемые господа!

Компания «МАРКОН», с 1993 года бессменный лидер на рынке street-food, управляющая брендами *Старгорлс*, *Багеттерия* предлагает на суд рынка продукт класса «премиум-плюс» - сэндвичи-багеты «On Time!». Тщательно подобранныя рецептура, свежие охлажденные продукты, особые соусы собственного приготовления, а также самая современная технология сборки и упаковки создают уникальный во всех отношениях сэндвич, который, как мы надеемся, будет хорошо принят покупателем. Неотъемлемой составной частью позиционирования продукции On Time является удобство потребления - важнейший для «быстрой еды» критерий. В итоге специально для вендинговых аппаратов мы создали оптимальный размер и упаковку.

Мы удобны, насколько это возможно, при этом размер наших сэндвичей – по-настоящему большой. Их вкус нравится большинству пробующих, рецепты уникальны, а стандарты изготовления – высочайшие.

Мы гарантируем качество продукта, поскольку доставляем его при температуре $5 \pm 2^\circ\text{C}$ рефрижераторным транспортом. Это позволяет гарантировать непрерывность холодной цепочки от производства до витрины и обеспечивать свежесть в течение всего срока реализации (трое суток).

Ну и главное, признаемся: нам самим нравится продукт, который мы делаем.

Звоните. Приезжайте. Пробуйте. Ваши клиенты будут рады.

Директор ТПЦ Онтайм
Юрий Мороз
8 (499) 767-85-77



КОФЕ сублимированный



100% PURE CAFÉ DE COLOMBIA



Итоги 5-й Международной выставки «Вендинг и киоски – 2008», Китай

Выставка автоматизированной торговли и самообслуживания *China Vending & Kiosk Show 2008* успешно завершила свою работу 28 июня 2008 г. Она проходила в шанхайском выставочно-конгрессном центре «Вечносияющий». Спонсорами ее проведения были Всекитайская федерация промышленности и торговли и компания *China Tongyuan Corp.*, организаторами — компания *Shanghai Tiansheng Exhibition Service* и *Shanghai Highlights Business Management Consulting*. Официальную поддержку мероприятию оказывали Всемирная вендинг-ассоциация (WVA), Национальная ассоциация автоматизированной торговли



Алекс Чен, Отдел международных связей, *China Vending Show 2008*

Alex Chen, International Liaison Office of *China Vending Show 2008*

Summary of the 5th China International Vending & Kiosk Show 2008

The 5th *China International Vending System & Commercial Self-Service Products Exhibition 2008* (*China Vending & Kiosk Show 2008*) has come to a close successfully on June 28, 2008 at Shanghai Everbright Convention & Exhibition Center in Shanghai, P. R. China. This exhibition was sponsored by All-China Federation of Industry & Commerce and *China Tongyuan Corp.*, administrated by *Shanghai Tiansheng Exhibition Service Co., Ltd.* and *Shanghai Highlights Business Management Consulting Co., Ltd.* and obtained the official supports from the Worldwide Vending Association (WVA), National Automatic Merchandising Association (NAMA), the European



США (NAMA), Европейская вендинг-ассоциация (EVA), Японская ассоциация производителей вендинг-машин (JVMA) и Ассоциация самообслуживания и киосков, а также ряд СМИ, имеющих международное признание, в том числе *Vending Report*, *Vending Business*, *Euro Kiosks Network* и gp.

Ежегодная выставка состояла из двух разделов, посвященных соответственно вендингу и киоскам, и проходила в течение 3 дней (26-28 июня) на площади более 3000 кв. метров. 50 экспонентов из 11 стран и регионов демонстрировали широкий ассортимент оборудования для автоматизированной торговли и услуг. В разделе «Вендинг» присутствовали такие известные бренды, как Fujibingshan, Sanden, MEI&Conlux, N&W, Necta, Bianchi, Guard, Baixue, Kimma, S.M. Coin, Gierre, IDES, Happyline, Astrosys, Coinco, JCM, ICT, VTI, Super Food, Componenti и gp.

В разделе «Киоски» их дополнили IBM, Irtoch, Etone, ITL, DPC, Creator, Tonsinics, Skytouch, Abon Touch, TG-Touch, Easytouch,

Vending Association (EVA), *Japan Vending Machine Manufacturers Association (JVMA)* and *Self-service & Kiosk Association*, as well as worldwide renowned media such as *Vending Report*, *Vending Business* and *Euro Kiosks Network*, etc.

This annual event is composed of two parts: vending show and kiosk show. It was open for 3 days from June 26 to June 28, 2008 with a total show area of over 3000 square meters. 50 exhibitors from 11 countries and areas exhibited a full range of state-of-art equipment and technology of the vending and kiosk industries. The vending show showcased such famous brands as FUJIBINGSHAN, SANDEN, MEI & CONLUX, N&W, NECTA, BIANCHI, GUARD, BAIXUE, KIMMA, S.M COIN, GIERRE, IDES, HAPPYLINE, ASTROSYS, COINCO, JCM, ICT, VTI, SUPER FOOD, COMPONENTI, etc. The kiosk show was enlarged with more brands to join in, such as IBM, IRTOUCH, ETONE, ITL, DPC, CREATOR, TONSINCS, SKYTOUCH, ABON TOUCH, TG-TOUCH, EASYTOUCH, SUNSON,





Sunson, TICE, Custom и gp.

Весьма успешной оказалась конференционная программа из 9 заседаний, посвященных проблемам вендинга и самообслуживания, проходившая под названием «3-й Международный саммит по самообслуживанию, Китай, 2008». С



докладами по ключевым проблемам вендинга и офисного кофе-сервиса выступили Рэнди Парис, вице-президент совета директоров NAMA, Кэтрин Пьяна, генеральный директор WVA, и Дэвид Мерфи, президент компании Canadian David Murphy Consulting. По тематике киосков самообслуживания с прекрасными презентациями выступали Дэвид Дрейн, исполнительный

TICE, and CUSTOM, etc.

The 3rd China International Self-service Summit 2008 achieved a historical success with 9 sessions of seminars on the vending and self-service topics. Mr. Randy Parks, Vice President of the Board of Directors of National Automatic Merchandising Association (NAMA), Ms. Catherine Piana, CEO of the Worldwide Vending Association (WVA), and Mr. David Murphy, President of Canadian David Murphy Consulting delivered keynote speeches on the vending & OCS operations. Mr. David Drain, Executive Director of Self-service & Kiosk Association, Mr. Robert Porter, CEO of Euro Kiosks Network and other self-service specialists also gave splendid speeches on the self-service and kiosk industry.

This event is only open to professional visitors of the vending and kiosk industries. During the three days' exhibition, about 5670 visitors (including 1150 overseas visitors) come to visit the show and attended the conference. The three days' exhibition and conference won better achievements than the past 4 events. 98 % exhibitors are satisfied with the exhibiting effect. About 96 % exhibitors confirmed that they will continue participating in the show next year. Most of overseas visitors came from Italy, USA, UK, Germany, France, Spain, Russia, Southeast Asia, Japan, South Korea, Hong Kong





директор Ассоциации самообслуживания и киосков, Роберт Портер, генеральный директор EuroKiosks Network и другие специалисты.

Выставка была открыта для посещения только специалистами. В течение трех дней на выставке и на конференции побывало около 5670 посетителей, в том числе 1150 из-за рубежа. По общему мнению, уровень выставки (и конференции) этого года заметно выше, чем у четырех предыдущих. 98 % экспонентов выразили удовлетворение участием в выставке, 96 % заявили о том, что планируют участвовать в ней и на будущий год. Большинство зарубежных гостей составляли жители Италии, США, Великобритании, Германии, Франции, Испании, России, Юго-Восточной Азии, Японии, Южной Кореи, Гонконга и Тайваня. Они завязывали контакты с производителями и поставщиками, получали информацию о последних тенденциях китайской промышленности и рынка торговых автоматов и киосков.

Выставка "China Vending & Kiosks Show 2008" продемонстрировала высокий уровень выставочного дела в КНР. Ее организаторы убеждены, что сотрудничество с производителями автоматов, поставщиками продуктов и напитков, вендинг-операторами, а также международными ассоциациями является залогом дальнейших ее успехов в ближайшие годы.

and Taiwan. They have networked with satisfied manufacturers and suppliers, and learned about the latest technology and market trend of the Chinese vending and kiosk industries.

China Vending & Kiosk Show 2008 represents the highest level of the vending and self-service exhibitions in China, not only in scale but also in specialty. The organizers are fully confident that, through their persistent efforts, in cooperation with vending manufacturers, food and beverage suppliers, and vending operators, etc., and by strengthening the close cooperation with the worldwide vending and kiosk associations, China Vending & Kiosk Show will be more and more successful in the years to come.

International Liaison Office of the Organizing Committee

The 5th China International Vending Systems & Commercial Self-Service Products Exhibition 2008

Address: Rm. 702, No.18, Lane 888, Wencheng Road, Songjiang District, Shanghai, P. R. China

Contact Person: Mr. Alex Chen

Mobile: +86-13818028583

Tel: +86-37793743

Fax: +86-37793843

Website: www.vendingshow.com

E-mail: vendingshow@vip.citz.net

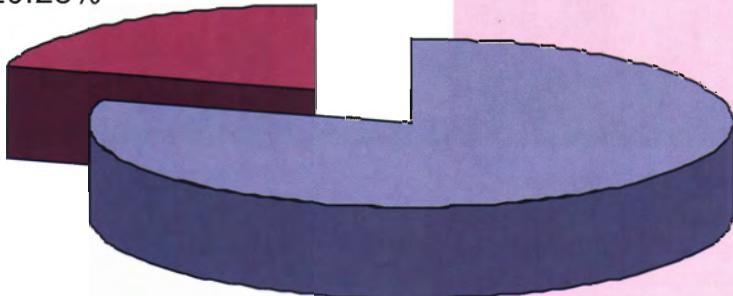


Анализ данных по посетителям выставки «Вендинг и киоски - 2008» Visitors Analysis of The 5th China Vending & Kiosk Show 2008

Соотношение отечественных и зарубежных посетителей Ratio of Domestic & Overseas Visitors

Зарубежные посетители

20.28%



Overseas
Visitors

Domestic
Visitors

Отечественные посетители

79.72%

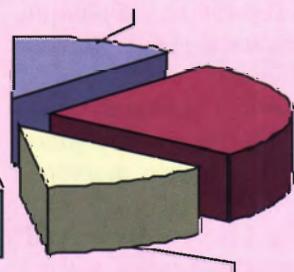
Цель посещения Purposes of Attendance

Сбор информации
по маркетингу или
по новой технике
39.2%



Поиск
посредников 12.7%

Оценка целесообразности
участия в выставке
в будущем 11.2%



Поиск новых
поставщиков
25.4%

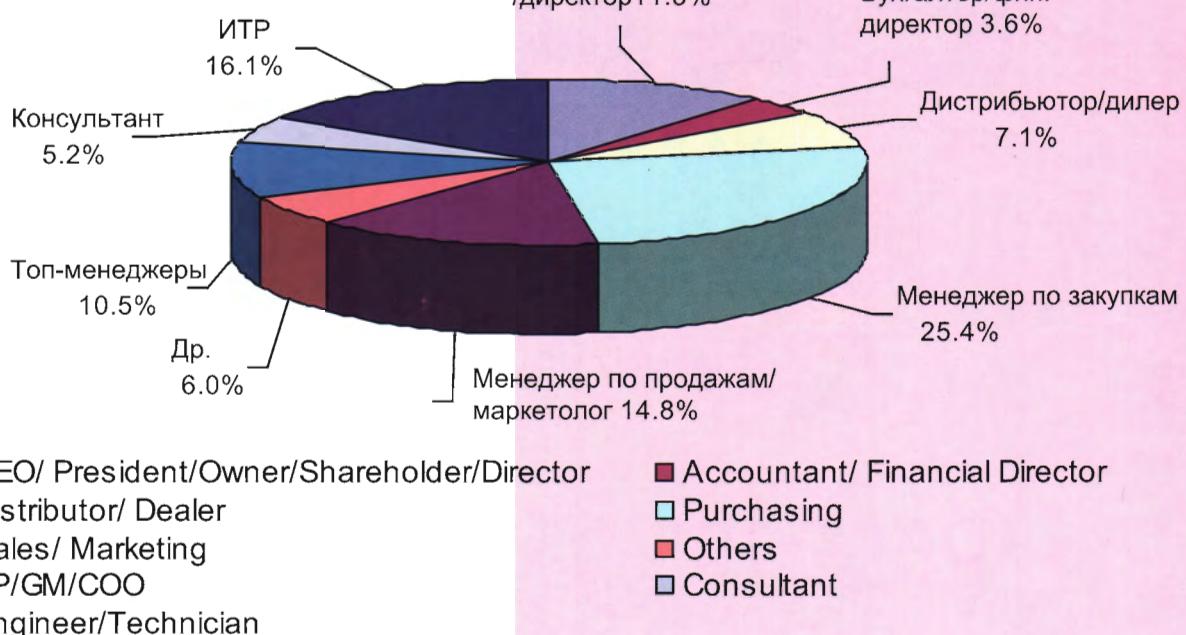
Закупка продуктов либо
получение рекомендаций 11.6%

- Evaluate the show for future participation
- Recommend/Purchase products
- Collect market information/Renew technology

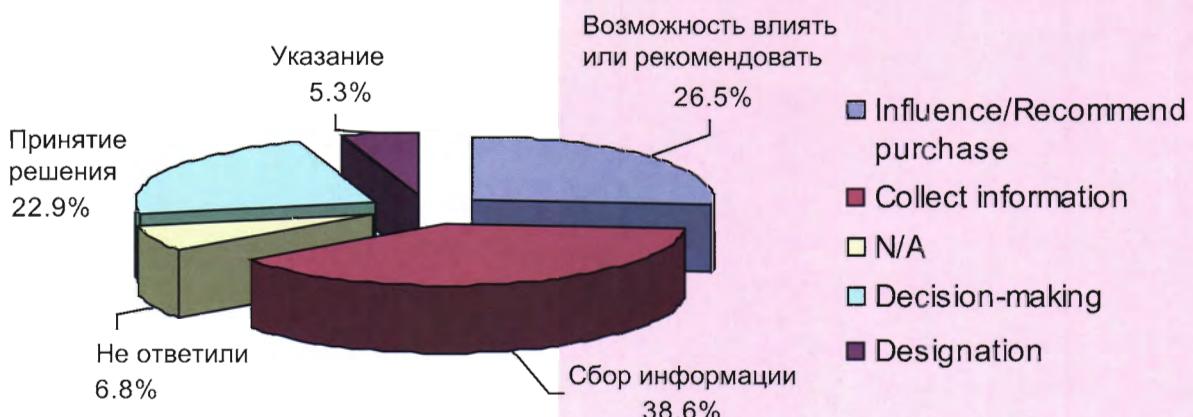
- Seek for new suppliers
- Seek for agents



Род занятий (должность) Job Title of Visitors



Роль в закупках Visitor's Role in Purchasing





II ЕВРОАЗИАТСКАЯ ВЫСТАВКА РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО И ПАРКОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Февраль 11-13, 2009

ВЫСТАВКА & КОНГРЕСС

Основные тематические разделы выставки EAAPA 2009:

- развлекательное оборудование для парков, ТРК, детских и спортивных площадок
- организаторы праздничных мероприятий
- системы приема наличных денег, безопасности и контроля
- 3D, 4D, 5D кинотеатры
- видео- и интерактивные игры
- lazertag оборудование, тирсы, дартс
- продукция и услуги в сфере «еда и напитки»
- консалтинг
- светотехническое, лазерное и акустическое оборудование
- ледовые катки (в том числе искусственное покрытие)
- оборудование для аквапарков и бассейнов

ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «КРОКУС ЭКСПО»
РОССИЯ, МОСКВА

Контакты: тел: +7 495 380 0310, email: expo@smile-expo.com, www.smile-expo.com

ОРГАНИЗATOR:
Smile-Expo



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:
Торгово-Промышленной Палаты
Московской области



Союза Ассоциаций и Партнеров
Индустрии Развлечений



Генеральный
медиа партнер:



Официальный медиа
партнер в Украине:



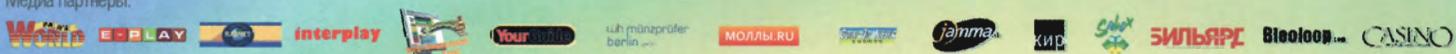
Официальный
интернет партнер:



Международный
медиа партнер:



Медиа партнеры:





Вендинг в Португалии

VENDING IN PORTUGAL

Франсиско Де Борха Гонсалес, журнал *Hostel/Vending* (Испания), № 41 (2008)

Перефразируя слова Жозе Сарамагу из его книги «История осады Лиссабона», «увидеть» и «оценить» - это не одно и то же. Этот португальский писатель-лауреат Нобелевской премии более, чем прав, о чем свидетельствуют миллионы примеров из нашей повседневной жизни. Вот почему, анализируя отчеты о рынке, например, вендинга, нужно быть весьма аккуратным и вдумчивым, оценивая цифры касающиеся числа автоматов, средних цен, тенденций и т.д. Иначе трудно будет избежать путаницы, связанной с вырыванием цифр из контекста.

При населении 11 млн жителей, Португалия – одна из самых счастливых стран в Европе с точки зрения погоды. Веранды кафе в Лиссабоне и Порту часто бывают до предела заполнены людьми, которые наслаждаются чашечкой кофе – национальной гордостью португальцев. Что касается ресторанов, они усаживают клиентов блюдами одной из лучших в Европе кухонь. Исходя из этой картины, довольно трудно представить себе, что такой канал сбыта, как вендинг, сможет конкурировать на португальском рынке, весьма традиционном и высококачественном. Однако у мудрецов вендинга столько тузов припря-

Hostel/Vending (Spain), № 41/2008: Francisco de Borja Gonzalez

Paraphrasing the words of Jose Saramago in his book "The History of the Siege of Lisbon", to see and to appreciate are not the same thing. The Nobel-Laureate Portuguese writer is more than right, as we can appreciate in millions of examples in our daily life. That is why, when analyzing market reports like those of vending, one has to be really accurate and wise at the time of judging the different figures concerning the number of machines, the average prices, the trends, etc. The aim is to elude confusing situations that are a consequence of relating figures with the wrong context.

With a population of 11 million inhabitants, Portugal is one of the luckiest countries in Europe in terms of weather. The terraces of cafeterias in cities like Porto or Lisbon are often packed with people, enjoying a tasty coffee cup – a national pride emblem for Portuguese people -, while restaurants delight clients with one of the best gastronomies in Europe.

Looking at the facts, it seems a bit harsh for a marketing channel like vending to contest such a traditional and high-quality market as the Portuguese is. However, this sector has so many aces up with the Portuguese consumers' tastes.

Let's count!

According to figures by the Portuguese Vending

трансфером в рукаве, что, как знать, не является ли их выход на португальский рынок только вопросом времени. Важно только, чтобы их предложения отвечали вкусам португальских потребителей.

Давайте посчитаем!

Согласно данным Португальской вендинг-ассоциации (APVA), на португальской территории установлено свыше 130 000 автоматов. Эта цифра складывается из 30 000 машин для продажи табачных изделий, 60 000 машин для торговли напитками, снеками и различными продуктами питания (причем примерно половина из них относится к так называемому «кит-вендингу», т. е. не имеет хопперов), а также более чем 40 000 таксофонов, паркоматов и автоматов для продажи транспортных билетов.

Если внимательнее обратиться к продаже продуктов и напитков, то окажется, что 30 000 машин этого сектора в число 5000 автоматов для продажи холодных напитков, 18 000 – для горячих напитков (из которых 13 000 – полные автоматы, 5 000 – полуавтоматы); кроме того, имеется 3 000 машин для продажи орехов и сушеных фруктов плюс 4 000 автоматов для продажи снеков и готовой еды. Стоит упомянуть и 1 500 машин для продажи конфет. Этому не стоит удивляться, поскольку в Португалии традиционно любят сладости, и роль традиционной выпечки (которая, кстати, идеально сочетается с кофе) примерно так же велика, как любовь к треске.

Посещая Португалию, просто нельзя не посетить ее кафе, чтобы насладиться великолепным эспрессо. Вызывает изумление не только аромат, но и счет, поскольку «бика» (так португальцы называют эспрессо) обычно стоит не больше 60 евроцентов. Вендингу надо очень постараться, чтобы выйти на это сочетание качества и цены. Хотя предпринимаются невероятные усилия, чтобы дополнить доступность и быстроту приготовления кофе в автоматах его качеством, пока вклад вендинга в обеспечение португальцев кофе весьма мал.

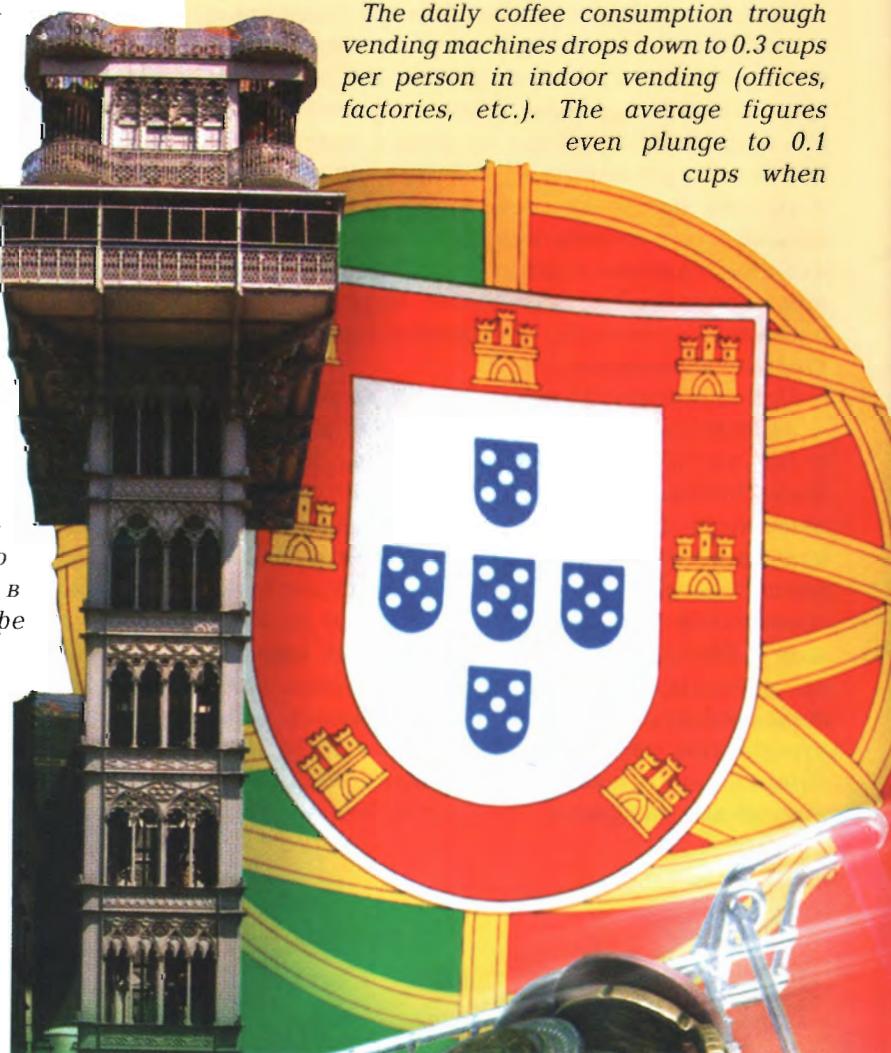
Говоря конкретно, в Португалии суточное потребление кофе из автомата на работе (в предприятиях, организациях и т.д.) не превышает 0,3 порций на

Association (APVA), there are more than 130,000 vending machines installed in Portuguese territory. This figure can be broken down in: 30,000 tobacco machines, 60,000 beverages, snacks and food vending machines (half of them being part of the kit vending sector; i.e. hopperless machines) and more than 40,000 phone, parking and transport ticket machines.

If we take a closer look at the vending of human consumption products, the 30,000 machines being part of this sector are divided in: 5,000 cold drinks vending machines, 18,000 hot drinks machines (13,000 automatic and 5,000 semi-automatic); in addition, there are 3,000 nuts and dried fruit dispensers along 4,000 snacks and fresh food vending machines. In this sense, it is worth to mention the 1,500 machines built for candy consumption. Nothing to be surprised of, since Portugal is such a sweet country, where the role of traditional bakery (which, by the way, is a perfect accompaniment for coffee) is almost as important as the liking for cod fish.

No one should visit Portugal without dropping by one of its cafes to taste the delicious espresso. Not only the flavour is surprising, but also the bill, since a bika (the Portuguese name for a espresso) usually is not more expensive than 60 euro cents. A price and a quality very hard to equalize through a channel like vending. Despite great efforts are being made especially to improve the quality of the product and take advantage of vending's accessibility and immediacy to the most, the weight of vending coffee is still light in a coffee-loving country like Portugal.

The daily coffee consumption through vending machines drops down to 0.3 cups per person in indoor vending (offices, factories, etc.). The average figures even plunge to 0.1 cups when



человека. Если же говорить об общественных и полуобщественных местах (школы, больницы, транспорт, сервисные точки и т.д.), то средняя цифра падает до 0,1 порции на человека в день. Цены, правда, заметно ниже, чем в других европейских странах (€ 0,28 по сравнению с € 0,35), но это, по-видимому, недостаточно привлекательно для публика, привыкшей к тому, что предлагают кофе.

Что касается снэков, то их среднедушевое суточное потребление через посредство вендинга на службе составляет 0,15 порций (при средней цене € 0,70), а в общественных и полуобщественных местах всего лишь 0,05 порций.

Вялый период

Согласно данным Португальской вендинг-ассоциации, рынок сегодня пребывает в довольно противоречивом состоянии. Для прошлого года был характерен нулевой рост и некоторое снижение деловой активности компаний, что, в общем-то, согласуется с кризисной ситуацией в мировой экономике и ростом цен на сырье, включая нефть, молоко и сахар. В такой ситуации вендинг-операторы проявляют объяснимую осторожность, последствием чего является, в частности, старение машинного парка. Впрочем, на этом пасмурном фоне просматривается повышение уровня профессионализма и технологическая модернизация наиболее прогрессивных компаний. Все это ведет к постепенному вымиранию так называемых операторов неполной занятости, которым становится все труднее выживать.

Сегодня в Португалии около 400 вендинговых компаний-операторов, на долю 30 из которых приходится 90 % рынка.

Причины для оптимизма

Очевидно, что португальский рынок вендинга переживает сейчас не лучшие свои годы. Разумеется, старение машинного парка является предметом для беспокойства. В то же время, этот процесс открывает путь к будущему обновлению. Даже если это произойдет не в самое ближайшее время, перевооружение заблокированного сегодня португальского рынка будет означать его активизацию.

Другим поводом для оптимизма является расширяющаяся профессионализация сектора, где происходит постепенная само-очистка от тех, кто не может посвятить вендингу все свое время и средства.

В заключение я не могу упустить возможность еще раз процитировать нашего любимого Сарамагу, который, если бы ему предоставилась возможность прочитать эту заметку (на что я очень надеюсь), наверняка не был

talking about public or semi-public vending (that referred to schools, hospitals, transport and service stations, etc.). Prices, which are quite low regarding the rest of Europe (0.28 and 0.35, respectively), might not be attractive enough for a public used to the offer of Portuguese cafes.

In respect of snacks, the daily consumption per person through indoor vending amounts to 0.15 cups (with an average price of 0.70), while public and semi-public vending show poor figures of 0.05 average cups and 0.70 in price.

Lean period

According to data from the Portuguese Vending Association, the market is experiencing a phase of contention, with zero-growth figures during the last year. Companies have noticed a decrease in their activities, which moreover coincides with the international economical crisis and the increasing prices of raw materials like petroleum, milk or sugar.

With this context, vending operators are understandably cautious. As a consequence, the Portuguese machine park is getting old over the years. Despite this grey outlook, the levels of professionalization are constantly rising, with more modern, efficient and technology updated companies. All this is leading towards the extinction of the so-called part-time operator, who finds it more difficult every time to survive in the business.

There are around 400 vending operators in Portugal, from which nearly 30 of them exploiting 90 % of the market.

Reasons for being optimistic

It is true the vending market in Portugal is not enjoying its golden years. The ageing of the machine park is a point to worry about; however, it also opens the way for a renewal that, although it may not come in a near future, it will mean an extra boost of activity for the currently blocked Portuguese market.

Another highlighting point is the professionalization of the sector during the last years, where those who are not fully devoted in time and investments to vending seem to be destined to definitive ostracism.

To end with, I do not want to miss the opportunity of citing once again our beloved Saramago, who – should he be reading this article, which I strongly suggest – certainly will never just be satisfied with the figures we have shown here, but instead he would analyze them in the light of the typically distinctive vision of a literate country like Portugal. What I mean with this is that not only should we pay attention to the gross figures of a currently depressed market, but actually we have to notice the possibilities of Vending in Portugal. More reasonably if we take into account certain national peculiarities such as, for instance,

бы удовлетворен приведенными цифрами, на зато постарался бы проанализировать их с учетом особенностей такой просвещенной страны, какой является Португалия. Говоря это, я имею в виду, что нужно обращать внимание не только на ряд глобальных численных параметров рынка, находящегося сегодня в состоянии застоя, но и оценивать его потенциальные возможности.

Представляется разумным учитывать при этом ряд национальных особенностей, в частности, изысканную португальскую кухню. Этот факт может оказаться существенным, когда придет время использовать автоматизированную торговлю как самый быстрый и удобный канал для того, чтобы привести качество питания в соответствии с нашим стилем жизни. Журнал Hostel/Vending был бы только рад приветствовать подобные инициативы.



the selected Portuguese cuisine. This fact must be really considered when the time comes to exploit the vending channel as the fastest and most affordable way of boosting a quality diet in accordance with our life style. Here in Hostel/Vending, we really appreciate those sorts of initiatives.



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.: 221-84-19; Факс: 362-07-83

www.formtrade.ru, e-mail:info@formtrade.ru



Платежные системы



XI Международная выставка

АТТРАКЦИОНЫ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

Москва, ВВЦ, павильон 69

15-17 апреля 2009

РАППА 2009



**XIV Международная
конференция
“Инновации в индустрии
развлечений России”
13-14 апреля 2009 г.**



Организатор:
РАППА - Российская
Ассоциация Парков и
Производителей Аттракционов



При поддержке:
Комитета межрегиональных
связей и национальной политики
г. Москвы



Международной Ассоциации
Парков и Аттракционов (IAAPA)



Trade Shows International (TSI)

Оргкомитет: 123223, Москва, Пр-т Мира 119
ВВЦ, Пав. 69, офисы 307-311. Тел./факс:
(495) 748-3448, 988-8947, 988-8948, (499) 760-3814
E-mail: raapa@raapa.ru, show@raapa.ru
Internet: www.raapa.ru

Генеральный спонсор:



Информационная поддержка:

Генеральный информационный спонсор:



Что будет продавать вендинг завтра?

Автор продолжает развивать мысль, сформулированную в его же статье, опубликованной в предыдущем номере журнала, стр. 44-47, о целесообразности совмещения функций и расширении списка товаров и услуг автоматов, образующих вендинговую сеть. Одним из преимуществ такого подхода является отсутствие необходимости заново «входить в ту же воду»; расширяя функциональные возможности автомата (киоска, терминала), можно обойтись без новых согласований и договоров, увеличив, тем не менее, объем продаж.



А. С. Генкин, д.э.н., член-корр. РАЕН, исполнительный директор Консалтинговой Группы «АСПЕКТ» *

A.S.Genkin, Dr.Sc.(Econ), CEO of Consulting Group «ASPECT» *

What will vending sell tomorrow?

The author continues to develop his idea formulated in the previous issue of the magazine, p.p. 44-47, concerning the expediency of combining the functions and expanding the list of goods and services suggested by the vending machines forming a chain. One of the advantages of this approach is the absence of necessity "to enter the same water twice"; broadening the functional potential inherent to a vending machine (kiosk, terminal, etc.) one can do away with new approvals and contracts, increasing, nevertheless, the turnover.

Что продает вендинг сегодня?

Я не являюсь профессионалом в области вендинга, поэтому попросил моих коллег, разбирающихся в тонкостях этого бизнеса, подсказать мне ответ.

Результатом было знакомство с известной многим книгой Тараса Чигарина "Вендинг-бизнес: механические торговые автоматы", изданной в 2005 г. На стр. 10 этой любопытной книги перечислено свыше сотни товаров, продаваемых посредством вендинговых аппаратов. Здесь существует весь спектр товарной продукции, от "классических" жвачек и презервативов до такой экзотики, как живые лягушки и вяленое мясо страуса эму.

Второй вопрос, возникающий у пытливого дилетанта: навсегда ли данный автомат приговорен к продаже одного и того же товара? Ответ, после прочтения книги и разговоров с профессионалами вендинга, для меня однозначен: разумеется, нет! Любой творческий, нацеленный на повышение прибыльности владелец вендинговой сети в обязательном порядке периодически производит эксперименты по смене наполнителя, фиксирует потребительскую реакцию и учитывает ее при дальнейшей товарной специализации различных

точек своей сети (или разбивает ее на несколько подсетей с различными наполнителями, в зависимости от размеров общей сети, территориального расположения и иных факторов).

Запомним два наших вывода, возникших из ответов на "детские" вопросы дилетанта.

Во-первых, вендинг потенциально продает любой товар, обладающий однородностью и отвечающий определенным ограничениям по габаритам.

Во-вторых, каждая отдельно взятая вендинговая точка имеет тенденцию продавать более чем один товар.

Какое огромное конкурентное преимущество есть у вендинговых сетей перед иными каналами дистрибуции?

Ответ прост. Их преимущество в том, что "они уже здесь".

Целый офис чувствует себя некомфортно, когда ломается кофе-машина, ставшая привычной частью местного пейзажа. Когда из школы убирают автомат, сын с вечера пятницы начинает просить заехать в супермаркет и купить ему пять бутылочек минеральной воды на предстоящую неделю. Обнаружив закрытым фотокиоск на станции метро, начинаешь судорожно рыться

— 24 июля 2008 года состоялось очередное Общее собрание членов НП «РАЭК» (Российская Ассоциация электронных коммуникаций, www.raecs.ru), в ходе которого были приняты новые члены Ассоциации и сформированы 4 новых профильных секции в структуре Ассоциации. По результатам голосования исполнительный директор Консалтинговой Группы "АСПЕКТ" А.С. Генкин назначен руководителем Секции «Электронные платежи».

в памяти: где же сохранилось ближайшее фотопателье, ведь документы на визу надо сдавать уже завтра утром? Мы привыкли к комфорту присутствия вендинговых аппаратов в нашей жизни.

Вендинговый бизнес уже внедрился в быт мегаполисов, автоматы становятся привычной чертой пейзажа и интерьера. Издержки создания сетей доступа уже единожды понесены. Самые «сладкие» в плане дистрибуции вендинговых товаров места уже опытным путем вычислены и «прикорнлены». Вопрос в том, нельзя ли имеющиеся точки доступа к потребителю использовать более активно.

Чего не продает вендинг, хотя мог бы это продавать?

Как ни странно, есть целые категории товаров, которые, по тем или иным причинам, пока не вошли в ассортимент вендингового бизнеса.

Цифровые товары - огромный мир, который незаслуженно обойден вниманием традиционного вендинга.

В нашей стране нет сложившихся кредитных историй и, соответственно, доверия банков к кредитоспособности широких масс населения. Поэтому, к сожалению для пользователей, у нас практически нет повсеместно распространенной на Западе кредитной системы оплаты мобильной связи; но — плюс для вендинга — широко распространены предоплатные скретч-карты, считав ког доступа на которых, пользователь может оплатить (или предоплатить) услуги операторов связи, интернет-провайдеров, иных торгово-сервисных предприятий или ввести некоторую сумму денег в ту или иную электронную платежную систему. Скретч-карты, как правило, выпускаются всего в нескольких фиксированных номиналах, что облегчает их массовую продажу вендинговой отраслью.

Следующая неоткрытая область для вендинговой индустрии, сулящая, на мой взгляд, неплохие барыши, — это лотерейные билеты. Недавние изменения в государственном регулировании российского игрового бизнеса, которые фактически привели к демонтажу огромного количества игровых автоматов по всей стране, сыграли потенциально на руку лотерейному бизнесу: «билетик на счастье» по отношению к «однорукому бандиту» есть в некотором роде товар-заменитель. Может ли технически вендинговый аппарат выплевывать из своего чрева лотерейный билет (опять-таки, всеми операторами этого бизнеса в совокупности билеты выпускаются в 4, максимум 5, ценовых номиналах, т.е. товар стандартизован и однороден)? Разумеется, может; проблемные моменты могут иметь место в юридической сфере, они решаемы, но с коммерческой точки зрения расширение палитры «наполнителей» приносит вендин-

говой точке дополнительные прибыли.

Отдельный вопрос состоит в том, что аудитории любых двух неоднородных товаров попросту не могут быть идентичными. Не все покупатели жвачки купили бы в том же аппарате утреннюю газету. Впрочем, указанное обстоятельство я склонен рассматривать скорее в позитивном ключе: при наличии дополнительных товарных опций клиентская база автоматов неизбежно расширяется, а инновационные товары в целом приносят более денежную клиентуру, чем та, которой обладали чисто снековые аппараты.

Третья товарная группа, потенциально легко реализуемая через армию вендинговых аппаратов, связана с услугами электронного государства. Здесь мы, строго говоря, не будем пионерами: уже упомянутая мной книга в числе прочих вендинговых товаров перечисляет и разрешения на охоту. Однако ассортимент может быть легко расширен хотя бы за счет государственных сборов с фиксированным номиналом (или привязанных фиксированным соотношением к размеру установленного законом минимального размера оплаты труда — МРОТ), а это, в частности, госпошлины, штрафы, ежегодные сборы за патент и т.д. Недавно, отстояв в загсе часовую очередь за сторублевой квитанцией какого-то сбора, оплачиваемой в ближайшем Сбербанке в километре от загса, готов лично засвидетельствовать: и за себя, и за державу было обидно. Рискну предположить, что некоторая часть населения оценила бы и услугу по оплате из автомата подоходного налога (НДФЛ) путем приобретения некоего свидетельства об оплате налога фиксированного номинала.

Неудивительно, что «двоюродный брат» вендинга — рынок платежных терминалов — один из самых динамично развивающихся в России. За несколько лет платежи через терминалы экспресс-оплаты достигли фантастической популярности — в прошлом году из \$15 млрд, заплаченных за услуги только сотовых операторов, около \$7 млрд прошло именно через терминалы, хотя еще в 2006 году объем российского рынка моментальных платежей составлял \$5 млрд (по данным Национальной ассоциации участников электронных торгов (НАУЭТ)).

Терминалы экспресс-оплаты представляют собой выгодный бизнес со сроком возврата инвестиций менее года. При размере комиссии от 2 до 5 % от суммы платежа срок окупаемости терминала — до 8 месяцев. Практикуются схемы лизинга терминального оборудования. По данным Moneypnews, на сегодня стоимость «входного билета» в платежный бизнес — около \$7 тыс. В эту сумму входит цена одного дешевого терминала, оборотные средства на депозитном счете (аванс платежной сети), расходы на аренду, подключение к интернету и электропитанию, техподде-

ржку и инкассацию (зарплата инкасатора и техника). Страховка от пожара и вандалов стоит около 1,5% от стоимости терминала.

Пусть сети платежных терминалов наращивают свои многомиллиардные обороты, принимая платежи за услуги: вендинговые сети добывают того же результата, продавая потребительские товары фиксированной стоимости, по сути, являющиеся предоплаченными финансовыми продуктами. (Кстати, мы еще ничего не сказали о транспортных картах и билетах... Есть также идеи по стандартизации и автоматной продаже полисов ОСАГО).

Позволяет ли технический уровень оснащенности вендинговых терминалов интеллектуальными функциями говорить об их применимости для расширения ассортимента и придачи им, в более широком смысле, функций многоцелевого пункта продаж? Да, безусловно.

Серверно-терминальный режим подразумевает, что на рабочем месте пользователя информация лишь отображается. Все операции по ее обработке и хранению осуществляют центральный узел сети. Все бизнес-приложения установлены на сервере. Инсталлировать новую версию программного обеспечения достаточно лишь на центральном узле сети.

Высока и отказоустойчивость вендингового оборудования. На терминалах гораздо реже случаются механические поломки. Как правило, из-за отсутствия движущихся частей просто нечему ломаться и шуметь. Нет вентилятора (кулера), так как процессор из-за своей маломощности вообще не требует охлаждения. Даже у самых продвинутых терминалов, работающих с тяжелыми приложениями, тактовая частота процессора не превышает 1 ГГц, соответственно невелика и мощность. Отсутствуют жесткий диск - вся информация хранится на сервере - и оптический привод.

Другое преимущество терминальных систем - повышенный уровень безопасности, как с точки зрения сохранности, так и защиты информации. Все данные и настройки хранятся и обрабатываются на серверах. Несанкционированный доступ к ним через терминал просто невозможен. Сервер и терминал взаимодействуют без использования потенциально опасных протоколов. Наконец, терминальные системы позволяют более гибко, просто и надежно управлять действиями пользователя.

Кроме того, терминалы дольше не устаревают. Если ПК морально изживают себя всего через два года работы, то вендинговые терминалы, по оценке журнала "Финанс", могут работать без обновлений в среднем не меньше 10 лет. Периодический апгрейд необходим лишь серверу.

Подумаем об экономике этого процесса.

Безусловно, чтобы воплотить наши прогнозы в жизнь, передовым предприятиям отрасли придется пройти через масштабную модернизацию своего парка аппаратов. Иная структура денежной массы, появление скретч-карт и защищенных бланков в качестве продаваемого товара неизбежно изменят технические требования к автоматам. Для некоторых видов передовых товаров окажется весьма желательной возможность периодического (или даже в реальном времени) в течение дня контакта аппарата с центральной базой данных для внесения информации о совершенных сделках. Однако, насколько нам известно, указанные доработки либо реализуемы, либо, по отдельности, уже реализованы рядом производителей.

С другой стороны, сколько денег пришлось бы сегодня затратить любому третьему лицу (не из вендинговой отрасли), чтобы "с нуля" создать сеть точек доступа к потребителю, по размерам и управляемости подобную существующим вендинговым сетям? Барьер входа на рынок массовой автоматной дистрибуции не надо перепрыгивать второй раз - и в этом состоит неоценимый и вполне материальный вклад ваших коллег по отрасли, уважаемые читатели!

Вопрос в другом. Не все производители предлагающих к вендинговой дистрибуции товаров и услуг воспримут высказанные идеи с одинаковым энтузиазмом. Сотовые операторы с радостью признают новый дополнительный канал дистрибуции, я уверен. А вот государство... Несмотря на кажущуюся очевидной полезность децентрализации продажи госуслуг, устранение очередей и прочие прелести электронизации государственного документооборота, я все же почему-то боюсь, что государство окажется более крепким орешком в плане восприятия инноваций, чем частный бизнес. Впрочем, терпение и труд - два издавна присущих вендинговой отрасли качества. Будем надеяться на лучшее. Увеличение среднего платежа и среднего оборота вендинговой точки в несколько раз - хороший стимул для инновационных изменений.

Использованная литература:

Генкин А.С. Планета Web-генег в XXI веке: учебное пособие. - М.: КноРус, 2008. - 576 стр.

Чигарин Т. Вендинг-бизнес: механические торговые автоматы - Орел, С.В. Зенина, 2005. - 128 стр.

Школин А. Терминальный рай // Финанс. 2006. № 17 (154).

Шторм Н. Эффективный экспресс-бизнес // MoneyNews. 25 июля 2008.

Электронный адрес автора
публикуемой статьи: artem@genkin.ru

Услуги в области платежных систем

В настоящее время отрасль электронных и мобильных платежей стала самостоятельным, быстро развивающимся и высокодоходным сектором рынка. В этой связи резко вырос в цене фактор времени, стало сверхважным вхождение на рынок с опережением конкурентов. Наша компания предлагает рациональные решения этих задач.

Наши сферы интересов:

Электронные платежные системы (ЭПС)
Мобильные платежи
Бесконтактные платежные технологии
Программы лояльности
Интернет-валюты
Игровые валюты
Локальные платежные инструменты
Кредитные и скретч-карты

Наряду с аналитической работой, практикуется создание по индивидуальному заказу клиента организационно-правовой инфраструктуры для легитимной деятельности отечественных и иностранных платежных систем и Интернет-сервисов.

Возможные области исследования:

- нормативные акты, регулирующие эту сферу в России
- международное регулирование
- анализ правовых схем взаимодействия систем и их пользователей
- регламентация взаимоотношений между участниками
- отношения с государством и, в частности, налоговый режим
- способы приема, учета, перевода платежей и их юридическое обоснование
- основные противоречия в работе систем и пробелы в законодательстве
- крупнейшие игроки на мировом и российском рынке, анализ применяемых ими схем
- лучшая практика использования систем в коммерческом и государственном секторе

Наши потенциальные клиенты

(Если Вы принадлежите к этой категории – у нас точно есть для Вас интересные идеи, продукты в области юридической поддержки прогрессивных платежных решений):

Банки
Инвестиционные институты
Ритейлеры
Сотовые операторы
Интернет-порталы
Социальные сети
Программы лояльности
Вузы
Муниципалитеты
Транспортные компании
Электронные и офлайновые СМИ

Исследования в области локальных платежных проектов:

- комплексный анализ правовой составляющей проекта;
- оценка проекта на предмет соответствия законодательству РФ;
- оценка проекта на предмет защиты интересов его участников;
- квалифицированное заключение, где указаны имеющиеся недостатки правового характера, правовые риски, потенциальные судебные споры;
- подробные и четкие рекомендации по возможной модернизации схемы проекта и устранению выявленных недостатков.



ASPECT

Тел: +7 495 979-49-20,
+7 495 585-76-09

E-mail: info@tg-aspect.ru

Консалтинговая группа «АСПЕКТ»

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Комплексное обслуживание предприятий:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Корпоративное управление • Услуги акционерам (участникам) • Корпоративный аудит • Услуги холдингам (группам компаний) • Слияния и поглощения/реорганизация, купля-продажа бизнеса • Безопасность бизнеса • Правовое сопровождение сделок с недвижимостью | <ul style="list-style-type: none"> • Платежные системы • Юридическое обслуживание • Защита в судах и иных государственных органах • Юридические заключения • Сопровождение деятельности международных компаний и иностранных инвесторов • Оценка рисков и юридическое прогнозирование |
|--|---|

Строгановка для вендинга – 2

Вероника Барышева, профессор МГХПУ им. С. Г. Строганова (Москва)

Данная публикация продолжает тему подведения итогов защиты дипломных работ в Московском Государственном Художественно-Промышленном Университете им С.Г.Строганова на кафедре «Промышленный Дизайн». Среди социально-значимых работ, представленных к защите, Государственной аттестационной комиссией, студентами и зрителями особо была отмечена тема разработки модульного общественного туалета «Эко-Лайн».

Автоматизированные общественные туалеты стали приметой повседневной жизни развитых стран, являясь одновременно интересной достопримечательностью для российского туриста. Часто приходится слышать от знакомых, далеких от профессиональных проблем дизайна, восхищенные отзывы о технически и эстетически совершенном «туалетном чуде», которое они наблюдали в Германии или Франции. Возможность быстрого и комфортного получения услуг, без длительных поисков, очередей и общения с сомнительными личностями, продающими билеты в несимпатичные, тесные и неудобные кабинки, казалась чем-то невероятным.

В нашей стране проблема общественных туалетов всегда стояла очень остро, а последние годы еще усугубилась. В конце 90-х был придуман экономически-выгодный способ борьбы с дефицитом общественных туалетов – установка мобильных кабинок. Удобно, автономно, но, к сожалению, не слишком комфортно и эстетично.

Нехватка общественных туалетов все равно остается. Необходим решительный выход из ситуации – создание универсальных модулей общественного туалета, соответствующих европейским стандартам. Такие модули могли бы предоставить весь спектр санитарно-гигиенических услуг и одновременно решить проблему дефицита земельных участков городской территории, которая должна выделяться для строительства стационарных общественных туалетов.

На наш взгляд, удачный проект такого модуля разработала дипломница МГХПУ Ольга Шумская под руководством педагогов профессора Барышевой В.Е. и доцента Мониной Т. А.. Он предназначен для использования в местах большого скопления народа: торговых зонах, на площадях около вокзалов, в парках, на стадионах, пляжах и остановках транспорта.

Одно из преимуществ спроектированного модуля - универсальность. Он может быть как

Stroganov University for Vending - 2

*Veronika E. Barysheva,
Professor, Stroganov Industrial Design University
(Moscow)*

The publication proceeds to treat the subject of participation of the graduates of Moscow Industrial Design University in development of conceptual projects of automatic equipment for merchandising goods and services. This time a thesis work devoted to creation of automatic paid WC is discussed.

подключён к городской канализации и водоснабжению, так и использоваться автономно, поскольку снабжен своей накопительной системой. Кабины близкой к цилинду формы (дл. 2551 мм, шир. 2418 мм, выс. 2895 мм) задуманы таким образом, что могут стоять как по отдельности, так и группами, так как являются модульными. Соединительным элементом между ними служит бак с водой, зрительно выступающий из общего объема кабинки. Накопительный бак для отходов в случае автономного использования находится в нижней части кабинки и имеет большую вместимость (1230 литров), что позволяет достаточно долго пользоваться кабиной без обслуживания (примерно 1200 посещений). Бак для воды также очень вместителен (967 литров) и утеплён, как и весь корпус кабинки, что не даёт воде замерзнуть. Масса пустого модуля – 580 кг.

В качестве технической основы проекта взята схема самоочищающегося туалета, запатентованного гражданином России Г.Н. Завалковским (патент РФ №008715 от 26.04.2007 с приоритетом от 20.02.2004) и работающего по принципу, в соответствии с которым унитаз проходит автоматическую санобработку, поворачиваясь на вертикальном валу в очистительную камеру, из которой на его место выезжает уже очищенный второй унитаз. Очистка происходит в течение 18-20 секунд. Стационарные туалеты, работающие по такому принципу, установлены в Москве, в переходе под Триумфальной площадью.

Спроектированная О. Шумской кабина работает по такому же техническому принципу, за исключением некоторых моментов. Внутренние планировочные решения определяют форму кабинки. Так как вращение унитазов происходит вокруг единой оси по кругу, то и форма кабинки круглая. Вместе с унитазами поворачивается и часть пола для дополнительной чистки, причем в этой части пола расположены прорези для слива воды.

Все пространство внутри максимально полезно используется и спланировано так, чтобы человеку было комфортно там находиться. В плане кабинка делится на две части: основное помещение для посетителя и техническое помещение; входов тоже два — один для посетителей, другой, сзади кабинки — для обслуживающего персонала. В техническом помещении расположена камера санобработки, в которую уходит унитаз; внутри нее моющие форсунки, подающие воду под давлением, бактерицидная лампа и сушка. Также в техническом помещении находится вентиляция нижнего бака, программное обеспечение, электродвигатель, врачающий унитазы и т.д.

Пространство внутри продумано с учётом эргономики, чтобы не стеснять человека и позволить ему с удобством пользоваться всеми функциями туалета. В помещении для посетителя находится один из двух унитазов, поручень, раковина; рядом с раковиной — мусорный бак, открывающийся при нажатии на его крышку. На раковинной расположен блок, в котором находятся встроенный диспенсер для бумажных полотенец, диспенсер для жидкого мыла с датчиком, сушка для рук с сенсорным включением, держатель для туалетной бумаги. Для посетителей предусмотрены пиктограммы с обозначением всех действий. Смеситель с дозированной подачей воды встроен в стену. На двери смонтированы крючки для сумок и верхней одежды. Для удобства выхода, слева от двери, есть педаль для нажатия ногой, отпирающая замок при выходе. Большинство функций туалета управляются с помощью сенсора, чтобы избежать контакта рук с поверхностями во время и после пользования и мытья.

Пользование туалетом платное; для входа необходимо воспользоваться пультом оплаты справа от двери.

Кабинка хорошо утеплена, изготовлена из сэндвич-панелей с пенополистироловым наполнителем, который хорошо удерживает тепло в самой кабинке и не даёт замёрзнуть содержимому баков. Туалетный модуль может использоваться в любое время года.

За жалюзи наверху расположена вентиляция и встроенные динамики для транслирования звуковой рекламы и музыки. Также жалюзи создают образ подсознательной вентиляции и чистоты, что является важным психологическим фактором.

В плане колористического решения было



выбрано сочетание натурального цвета нержавеющей стали с ярко-зелеными акцентами и с дополнительным темно-серым цветом. Нержавеющая сталь является вандалозащищенным, износостойким и стойким к воздействию воды и очистительных средств материалом. Зелёный цвет создаёт эффект природной свежести и чистоты.

Благодаря своей лаконичной форме и цветовому решению объект легко вписывается в среду и гармонирует с ней. В то же время крупные

надписи со всех сторон туалета всегда дают знать о его назначении. Сверху форма читается как зна; все-таки это в основном городской туалет, и он часто воспринимается с высоты многоэтажных домов. При разных вариантах расстановки туалетных модулей, кабинки создают образ соединения молекул.

Так как нижняя темно-серая емкость-основание достаточно высокое, для входа в кабину предусмотрена ступенька с поручнем. Для входа в служебное (техническое) помещение в основании спрятана выдвижная ступенька. Для освещения предусмотрены встроенные в потолок точечные антивандальные светильники.

В соответствии с представленным проектным решением, автоматизации были подвергнуты следующие процессы:

- Отпирание замка для выхода при нажатии на педаль
- Запирание замка
- Включение и отключение освещения

Окончание. Начало на стр. 2

достаточно долго. В то же время в корпоративных условиях вполне можно ожидать перехода на оплату с использованием пластиковых карт, ключей и даже ... отпечатков пальцев.

Кстати, о платежных системах. Настоятельно рекомендуем внимательно ознакомиться в материалах конференции по наличному денежному обращению с докладом В.В. Финогенова, особенно с разделом, посвященным проверке банкнот. Там есть над чем подумать.

Возвращаясь к тому, с чего начали, отметим, что, разумеется, приведенные соображения о тенденциях развития вендинга очень далеки от того, чтобы исчерпать проблему. Более того, кто-то может счесть их не бесспорными — и это его право. Формируя их, мы хотели бы спровоцировать читателей на размышления «по теме» и были бы чрезвычайно признательны, если бы у кого-то возникло желание поделиться своими мыслями на страницах журнала.

В заключение небольшое уточнение, связанное с предыдущим номером (2008/#2-3). В статье А. Костандова «Попытка анализа вендингового бизнеса в Южной Корее и КНР» большая часть иллюстраций не требует комментариев — за некоторыми исключениями. На стр. 51 верхняя карта показывает места размещение производственных предприятий Fuji Electric в ЮВА, нижняя — количество автоматов любых производителей, установленных в странах этого региона. На стр. 52 круговые диаграммы иллюстрируют долю продукции Fuji Retail Systems на японском рынке; слева направо — автоматы для продажи напитков; автоматы для продажи сигарет; платежные системы. ¶

**И. Л. Зотов — Главный редактор,
С. Р. Юрханов — Издатель.**

- Предупредительная сигнализация и оповещение пользователя о нарушении режима работы и пользования туалета
- Обмыв, сушка и бактерицидное облучение унитаза и врачающейся части пола
- Дозированная подача воды, мыла, воздуха для сушки рук.
- Управление пунктом оплаты.

Как уже отмечалось, проект был принят на ура. Тема была выбрана самостоятельно по инициативе автора. Смелость и решительность, с которой хрупкая дипломница справилась с поставленной задачей, удачно сочеталась с изящным дизайнерским решением, представлением проектной части и грандиозным, действующим макетом. Хотелось бы надеяться, что проект найдет своего изготовителя, и в мы сможем оценить все удобство, комфорт и эстетические достоинства спроектированного модуля на практике. ¶

End. Started on the p.2

to payments using plastic cards, keys and even fingerprints of the staff.

By the way, about the payment systems. We urgently request our readers to acquaint themselves with the presentation of V.V. Finogenov published in the materials of the Conference on Cash Circulation, especially, its section devoted to banknotes' verification. There is something to think over.

Coming back to the beginning of the column we'd like to mention that the considerations above concerning the tendencies of vending development are very far from exhausting the problem. More than that, if someone considers them disputable, he has right to. Formulating them we wanted to provoke the readers to reflect on the subject, and we'd be most grateful if a desire to share his thoughts with the readers occurs to some of you.

To end with, let us introduce some clarity into the previous issue (2008/# 2-3). In the article "An attempt to analyze vending business in South Korea and PRC" by A. Kostandov most of the pictures need no comments, but there are some exclusions. At p. 51 the upper map shows the geography of Fuji Electric production facilities in SEA; the lower one — the number of VMs (of all manufacturers) installed in the countries of the region. At p. 52 the circular diagrams show the share of the produce manufactured by Fuji Retail Systems at the Japanese market: from left to right — VMs for drinks; VMs for cigarettes; payment systems. ¶

**I. L. Zотов — Editor-in-chief,
S. R. Yurkhanov — Publisher.**

Элисео Альварес

Г-н Альварес — менеджер испанского акционерного общества Azkoyen S.A. по развитию рынков в странах бывшего Советского Союза, Восточной Европы, Латинской Америки и Азии, включая Индию и Китай. Родился в 1964 г. Постоянно проживает в г. Памплона, знаменитом тем, что раз в год по его улицам бегают впереди быков и любители острых ощущений. Любящий супруг и отец двух детей.

На российском рынке Э. Альварес трудится с 2003 г. Здесь основная точка приложения его усилий — сотрудничество с Vendorus Group, но его хорошо знают и в других компаниях. В Казахстане Элисео работает с KVC (Казахстанская вендинговая компания). В Украине в сфере его интересов находится ряд компаний, в том числе Kraft Foods.

Г-н Альварес — частый гость международных вендинговых выставок; в России он «засвечивался» на выставках VendExpo и ПИР. На центральном снимке внизу он запечатлен в октябре 2006 г. на парижской выставке DA Vending Expo в обществе генерального директора KVC Кирилла Романова.

Остальные фото оставляем без комментариев, но даже и без пояснений ясно, что Элисео — симпатичный и контактный человек, что, разумеется, идет на пользу его деловой результативности. А если учсть его обширные познания в том, как работают вендинговые компании в различных странах и каковы их потребности и возможности, то становится ясно, что мы имеем дело с весьма ценным партнером.



Eliseo Alvarez

Mr. Alvarez is the manager of the Spanish joint-stock company Azkoyen S.A. responsible for the development of markets in the former Soviet Union countries, East Europe, Latin America and Asia, including India and China. He was born in 1964 and now resides in the town of Pamplona famous with the fact that once a year bulls mixed with the people who "love it hotter" are running in the streets. Eliceo is a loving husband and the father of two kids.

E. Alvarez has been working at the Russian market since 2003. Here the main point of his efforts application is his collaboration with Vendorus Group, but he is widely known in other companies as well. In Kazakhstan Eliseo collaborates with Kazakh Vending Company (KVC). In the Ukraine several companies are within the range of his interests, including Kraft Foods Co.

Mr. Alvarez is a frequent guest of international trade-fairs. In Russia it was possible to discover him at VendExpo and PIR exhibitions. At the central photo below he is seen in October 2006 at DA Vending Expo in Paris accompanied by KVC CEO Kirill Romanov.

We leave the other photos without any comments, but it's absolutely clear even without them that Eliseo is a likable and sociable person, which of course is most useful for his business efficiency. And if you take into account his widest knowledge about how vending companies in various countries work and what their needs and potential are, it becomes evident we deal with a precious partner.



Вниманию российских рекламодателей

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

- На внутренних страницах

Площадь рекламного модуля	Стоимость, руб
1/1 (A4)	16000
1/2	9000
1/3	6700
1/4	5300
1/6	3800
1/8	2800

• Центральный разворот (2 стр. А4)	— 56 000
• 1-я внутр. стр. А4	— 29 000
• На обложках:	
1-я стр.	— 35 000
2-я, 3-я стр.	— 28 000
4-я стр.	— 31 500

- При публикациях предусмотрена гибкая система скидок.
- Если у Вас нет готового рекламного модуля, Вы можете заказать его у нас. Стоимость разработки модуля зависит от сложности, но, как правило, находится в пределах 3500 – 5000 руб. (за полосу формата А4).

Attention of foreign advertisers

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

- Inner pages

Ad module area,	Price, euro
1/1 (A4)	540
1/2	300
1/3	220
1/4	180
1/6	130
1/8	95

- Central opening
(2 A4 pages) — 1900
- Fly leaf (1st inner page A4) — 830
- Cover pages:
 - 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).

В номере упомянуты фирмы и бренды:

Abon Touch	27	Etone	27
APVA	34	Euro Kiosks Network	28-29
Astrosys	27	EVA/WVA	6,8-9,26-28
Azkoyen S.A.	45	Formtrade	2обл, 36
Baixue	27	Fuji Electric	44
Bianchi	27	Fuji Retail Systems	44
Canadian David Murphy Consulting	28	Fujibingshan	27
CASH CIRCULATIONS	6-19	Gierre	27
China Vending & Kiosk	27	Guard	27
Coinco	27	Happyline	27
Componenti	27	Highlights Business Management	27
Consulting	26	IBM	27
Creator	27	ICT	27
CUSTOM	28	IDES	27
СЭВЭН ГРУП	1обл, 21-22	InterCrim-Press	6
DA Vending Expo	45	Irtouch	27
DPC	27	ITL	27
EAAPA	32	JCM	27
Easytouch	27	JVMA	27
Eelex 2008	20	Kimma	27

2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.

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

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

- Иллюстрации, фотографии — в электронном виде (CMYK, разрешение не ниже 300 dpi); допустимо предоставление качественных фотопротяжек и слайдов.

- Макеты рекламы принимаются в следующих программах:

Photoshop 5.0–9.0. Файлы в формате TIFF, CMYK, 300 dpi (для внесения корректуры в рекламу редакцией — файлы в формате PSD, слои «не склеены»).

CorelDraw 9.0–13.0, Illustrator 7.0–12.0 (обязательное сохранение под 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: диски 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.

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.

Kraft Foods	45
MEI&Conlux	27
N&W	27
NAMA	26-28
Necta	27
Network	27
S.M. Coin	27
Sanden	27
Self-service & Kiosk Assn	27
Shanghai Tiansheng	28
China Vending & Kiosk Show 2008	26-31
Skytouch	27
SSE –терминалы, вендинг, киоски	4 обл
SUNSON	27-28
Super Food	27
TG-Touch	27
TICE	27-28
Tongyuan Corp.	26
Tonsincs	27
VALEO	Зобл
VendExpo	45
Vending Report	27
Vendo Sanden	2обл
Vendorus Group	45
VTI	27
АСПЕКТ	38-41
ACCOPTИ	25
Булатов Груп	16
KBK	45
КРАСНОДАРЭКСПО	5
МАРКОН	24
МХПУ им. С.Г. Строганова	42-44
ПИР	45
ПТА	19
РАППА 2009	37
РОСЛЕС	1обл, 23
ЦБ РФ	10-19
ЭЛЕКСНЕТ	6



2008/#4

VENDING BUSINESS

АВТОМАТЫ ДЛЯ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Информационно-аналитический
и рекламный журнал

Издаётся с марта 2004 г.
Москва

Учредитель:
ЗАО «Энерготрансомплект»

Издатель:
С. Р. Юрханов

Главный редактор:
И. Л. Зотов

Заместитель главного редактора:
Е. С. Шаумян

Редакционный совет:

О. П. Волков
А. Ф. Ким
А. Л. Костандов
А. Е. Крылов
И. Ю. Лунин
А. В. Майсов
Е. В. Полушкина
В. А. Ракитский
К. С. Широков
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
editor.vending@gmail.com

www.vendingbusiness.ru

**Макет, художественное
оформление, компьютерная
верстка:**
Д. А. Иогансен
С. Б. Васильев

Отпечатано в
ООО «Тиско Принт»
Тираж: 1500 экз.



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

**При перепечатке ссылка на издание
обязательна.**

© ЗАО «Энерготрансомплект»
Зарегистрирован Министерством РФ
по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых
коммуникаций
12 февраля 2004 г.

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

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 зарубежом, 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, Кореи и КНР.

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 «Энерготрансомплект»
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, Korea and China.

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:

- Numbers 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

Benebank: 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, RUR

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



The X ingredient



КОФЕ



сублимированный (быстро растворимый),
зерновой,
молотый



КАПУЧИНО

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

Veriplast
INTERNATIONAL



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



Self-Service Exhibition

терминалы. вендинг. киоски

3-5 декабря, 2008



Москва, Крокус-Экспо

3-я международная специализированная выставка

- торговые автоматы
- платежные терминалы
- банкоматы и банковское оборудование
- контент-киоски
- информационные терминалы
- комплектующие и периферийные устройства
- ингредиенты и наполнители
- программное обеспечение
- контент
- процессинг

тел.: +7 495 933 7770

факс: +7 495 502 9045

www.terminal-show.ru

Генеральный
информационный
партнер:

ПЛАС
ЖУРНАЛ

По вопросам участия в выставке:

Элеонора Бронникова

bronnikova@unicum.ru

Людмила Худякова

mila@unicum.ru

Организатор:



По вопросам участия в конференции:

Туяна Халудорова

th@unicum.ru