



2005/#4

VENDING BUSINESS

автоматы для торговли, услуг, развлечений



Venson SVA611NB



Venson SVA611NB

Торговые автоматы VENSON от официального дистрибутора
компании SAMSUNG GWANG JU ELECTRONICS., LTD

 **Venda**
vending machines



SHOP DESIGN RUSSIA



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ,
СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦИИ И ТЕХНИЧЕСКОГО ОСНАЩЕНИЯ МАГАЗИНОВ
20 – 23 СЕНТЯБРЯ 2005, МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР

В рамках выставки: «**BEST POINTS!**
Фестиваль POP/POS рекламы 2005»

В программе фестиваля:

- Международный конкурс на лучший дисплей **SuperstarRUSSIA**
- Национальный конкурс на лучший дисплей **OMA RUSSIA AWARDS**
- Специальное Дисплей–Шоу на территории POS Village
- Профессиональные семинары и круглые столы

Генеральные информационные партнеры:



ОБОРУДОВАНИЕ

Организаторы:



МЕССЕ ДЮССЕЛЬДОРФ Москва

Тел.: (095) 256 7395, 255 2736. Факс: (095) 205 7207

E-mail: shapkinaE@messe-duesseldorf.ru

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



ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты

Тел.: (095) 238 4500, 238 0953. Факс: (095) 238 4516

E-mail: lena.surikova@expopark.ru

<http://www.expopark.ru>

SHOP DESIGN
RUSSIA

Информационные партнеры:



ТОРГОВОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ



При поддержке:



EHI
Retail Network



Интернет-партнер:

retail.ru



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

Уважаемые читатели!

Отпуска - отпусками, каникулы - каникулами, но журнал обязан выходить в любое время года и, по возможности, независимо от погоды. В этом номере вашему вниманию предлагаются репортажи с выставок в Москве и Лондоне, рассказы о современном оборудовании и его компонентах, а также об ингредиентах, из которых приготавливаются напитки в розлив. Кстати, по поводу ингредиентов: публикации, подготовленные tandemами "Valeo/ICS" и "Золотые купола/ЭПС", свидетельствуют, что лучшие результаты достигаются благодаря сотрудничеству между пищевиками и специалистами по автоматам. Ряд статей подводят нас к мысли о том, что для успехов отрасли необходим комплексный подход к ее проблемам с участием разработчиков автоматов, операторов и, как это ни странно, законодателей. Может быть, определенную пользу сможет принести создание национальной ассоциации автоматизированной торговли; о новых шагах в этом направлении вы также можете прочитать на наших страницах. Встречаясь вам статьи о финансировании отрасли, о подборе и подготовке кадров, а также о совместности вендинга с рациональным питанием. Обратите внимание на разделы с зарубежными новостями, там всегда бывает что-нибудь любопытное.



С. Р. Юрханов
Издатель



И. Л. Зотов
Главный редактор

Dear readers!

Leaves are leaves, vacations are vacations, but the magazine must be issued at any time of the year and, if possible, at any weather. In this issue we offer to your attention reports from trade-fairs in Moscow and London, descriptions of contemporary equipment and its components, as well as of ingredients used to prepare drinks in vending machines. By the way: articles prepared by pairs of companies (Valeo/ICS; Zolotye Coupola/EPS) witness the best results are achieved by the collaboration of food producers and vending professionals. Some articles bring us to the idea that successful development of the branch needs complex approach to its problems, combining the efforts of the designers, the operators, and, strange though it may seem, the legislators. Perhaps creation of

the national vending association can be useful, and you will be able to read about some new steps in this direction. You will also come across publications on credits for investments, recruiting and training of the staff, as well as about optimal compatibility of vending with rational diet. Pay also your attention to the foreign news, since there is always something curious there.

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

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

Информационно-рекламный журнал

Издаётся с марта 2004 г.

Москва

Учредитель:

ЗАО «Энерготранскомплект»

Издатель:

С. Р. Юрханов

Главный редактор:

И. А. Зотов

Редакционный совет:

А. И. Бараник

О. П. Волков

А. Ф. Ким

А. Е. Крылов

И. Ю. Лунин

А. В. Майсов

Е. В. Полушкина

В. А. Ракитский

Т. Ю. Рыжкова

Е. Ю. Янчик

Зам. гл. редактора

И. В. Искандарова

Адрес редакции:

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

Тел./факс: (095) 210-2130

Тел.: (095) 913-4118

E-mail: info@vendingbusiness.ru

www.vendingbusiness.ru

Макет, художественное оформление, компьютерная верстка: А. Р. Рогозин

Отпечатано в типографии
«Пол-сервис»

Тираж: 1000 экз.

Ответственность за содержание реклам и объявлений несет рекламодатель

При перепечатке ссылка на издание обязательна

© ЗАО «Энерготранскомплект»

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

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № 77-17388

1 От издателей

Выставки

EU'VEND 2005

Навстречу созданию вендинг-ассоциации в России

7 Выставки

V Международный выставочный форум "МИР ТОРГОВЛИ"

10 Международная выставка автоматизированной торговли AVEX'2005

16 Игрушки только для взрослых. Выставка и конгресс "МИР ИГР"

18 По следам наших публикаций

Киоски "Видеобокс"

19 "Профессиональные торговые автоматы": современные кофемашины

20 Ингредиенты

Valeo/ICS:

Какой кофе Вам больше нравится?

22 Оборудование

И.Вольфсон

Фискальные регистраторы в составе терминалов самообслуживания

24 Лицо фирмы

И.Флейшман, А.Крылов

Залог успеха - в сотрудничестве

26 Конкретная экономика

А.Марулов

Внешторгбанк: кредиты малому бизнесу

28 Платежные системы

А.Майсов

Новая рубрика

Р.Подлесный

Монетоприемник

CoinCo Global2

31 Продается ...

32 Корейские хроники

Новинки S.M.Coin Co.

34 Проблемы отрасли

И.Искандарова

Какой смысл заводить детей и не кормить их? (о проблеме вендинга в школьном питании)

37 Е.Полушина

Размышления о подготовке специалистов вендинга. Откуда они берутся и куда уходят?

40 А.Гилберт

В подборе персонала учения профилактики может перевесить фунт лекарства.

44 American Panorama

По страницам журнала Vending Times

Editorial

Exhibitions

EU'VEND 2005

Moving towards creating vending association in Russia

Exhibitions

V International forum/trade fair "World of Trade"

10

International vending exhibition AVEX'2005

16

Toys for the grown ups only. GAMES'WORLD exhibition and congress

18

Following previous publications

Videobox kiosks

Professional vendors: modern coffee machines

20

Ingredients

Valeo/ICS:

What kind of coffee do you like most?

22

Equipment

I.Volfson

Fiscal registrators within self-service terminals

24

Facing the company

I.Fleishman, A.Krylov

Collaboration as the base for success

26

Concrete economy

A.Maroulev

Vneshtorgbank: credits for small business

28

Payment systems

A. Maisov

New column

R.Podlesny

CoinCo Global2

coin validators

31

For sale ...

32

Korean chronicles

New products by S.M.Coin Co

34

Problems of the branch

I.Iskandarova

What is the sense to have kids, not feeding them? (on the role of vending in school food service)

37

E.Polushina

Reflecting about special training of vending personnel. Where do they come from and leave for?

40

A.Gilbert

In recruiting, an ounce of prevention is worth a pound of cure

44

American Panorama

Looking through

Vending Times

www.euvend.com



VISIONS OF VENDING

Кёльн. Германия. 15 – 17 сентября 2005 г.

EU'VEND – МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ

Vending как никогда раньше: Живой, современный, персональный!

С большим интересом ожидает вся отрасль торговых автоматов вторую выставку Eu'Vend в Кёльне. Премьера 2003 года ознаменовалась полным успехом и впечатлила участников и посетителей одновременно. Как динамическая бизнес- и коммуникационная платформа в сердце Европы выставка Eu'Vend ставит человека в центр внимания. Ведущие мировые производители представляют в Кёльне инновационные торговые автоматы и технологии, главной задачей которых является полное удовлетворение клиента. Эксклюзивно для посетителей из отраслей Ногеса и Care два специальных события в рамках выставки – день Ногеса и день Care с рядом интересных мероприятий в рамках выставки. Живо, современно, персонально: Eu'Vend – самая привлекательная цель поездки в этом году для специалистов вендинга.

**Вы хотите узнать больше?
С удовольствием мы ответим Вам!**

Тел. 095 – 788 9 777, Факс 095 – 788 9 777
anuga@intermesse.ru

Или зарегистрируйтесь как посетитель в режиме он-лайн до начала выставки по адресу: www.euvend.com

Представительство Кёльнмессе в РФ:
РФ 117571 Москва, Пр-т Вернадского 92 офис 249



Подготовка ко Второй международной выставке-ярмарке торговых автоматов Eu'Vend 2005 переходит в завершающую стадию. Своё участие в выставке подтвердили (по состоянию на июнь) такие ведущие мировые компании, как Barry Callebeaut, Brita, Coca-Cola, Coges, Crane Merchandising Systems, De Amertek, FAS International, Jacob Gerhardt, Huhtamaki Alf, Kraft Foods, Masterfoods, MEICA Ammerlandische, N&W Global Vending, National Rejectors, Nestle FoodServices, Rheavendors, Saeco, Servomat Steigler, Sielaf, Thales e-transaction, Trautwein SB-Technik, Unilever Bestfoods, Velzena, VendingControl, Vendo. Впервые в экспозиции участвуют Coca Cola и Sinalco.

Лозунг выставки - "Visions of Vending" (приблизительно "Видения вендинга") призван подчеркнуть, по замыслу организаторов, инновационную направленность мероприятия. Здесь планируется уделить особое внимание как новым технологическим решениям (например, расширяющемуся применению медиа-технологий), так и новым направлениям внедрения торговых автоматов. День Care будет посвящен использованию технологий вендинга в лечебно-профилактических учреждениях, день Ногеса - в гостиницах и предприятиях общественного питания. Участников и гостей выставки в эти дни ожидают приятные неожиданности в виде специальной программы, подготовленной студентами факультета архитектуры и дизайна помещений Кельнского университета прикладной науки.

Если говорить о традиционных направлениях вендинга, то для начала можно задать читателям вопрос: какой напиток следует считать самым популярным в Германии? Не торопитесь отвечать, что пиво. Пиво по его душевому потреблению занимает здесь почетное, но третье место: в пересчете на одного бундесбургера его выпивают 117,7 л/год. Второе место занимает минеральная вода (135 л/год), а безусловным чемпионом является кофе - 153,5 л/год. Существенный вклад в реализацию кофе вносят автоматы, на долю которых, согласно статистике, приходится примерно половина выпиваемого кофе. В свою очередь около 40% этого продается через настольные автоматы, которые в основном эксплуатируются в офисах, причем доля настольных машин по сравнению с напольными все время увеличивается. В 2003 году в ФРГ было установлено около 43 тысяч кофейных автоматов, из которых 36 тысяч пришлось на долю настольных. Однако, тенденция, не так ли?

Подробнее об этой и других тенденциях немецкого, европейского и мирового вендинга Вы можете узнать, посетив выставку Eu'Vend и приуроченные к ней мероприятия.



Навстречу созданию вендинг-ассоциации в России



Год назад в журнале было опубликовано приглашение к созданию впервые на территории бывшего Советского Союза профессиональной ассоциации, которая объединила бы компании, заинтересованные в развитии и популяризации индустрии автоматизированной торговли товарами и услугами. Кроме соображений типа "у всех есть, а у нас нет", высказывались и более мотивированные: предполагалось, что такое объединение могло бы более эффективно отстаивать общие интересы участников отрасли в органах и ветвях власти, чем все они взрь; ему могли бы быть по силам такие затратные проекты, как тематические выставки, централизованное обучение, общеинтересные публикации, аналитические исследования и т.д. Взвесив все "за", санкт-петербургская компания "Автобар" в инициативном порядке разработала проект учредительных документов ассоциации и пригласила все вендинг-компании, изъявившие желание и готовые активно участвовать в создании ассоциации, принять участие в собрании учредителей, которое предлагалось провести в 3-ем квартале 2004 г. Прошел год, на дворе - 3-й квартал 2005 г. Где, как говорится, воз?

Забегая вперед, отметим, что он-таки сдвинулся с места. И на то, кроме субъективных факторов, повлияли и объективные. Оказалось, что потребность в совместных и скоординированных действиях участников рынка может в любой момент стать вполне насущной. Самый яркий пример - это история с применением (или, если хотите, с применимостью) контрольно-кассовой техники (ККТ) в вендинге.

В соответствии с федеральным законом № 54-ФЗ от 22.05.2003 г. "О применении ККТ при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт", ККТ, введенная в Госреестр, обязательна к применению всеми корпоративными или индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими наличных расчетов при продаже товаров и услуг. При этом закон не делал никакой разницы между стационарным магазином и торговым автоматом.

Нельзя сказать, чтобы никто не обращал серьезного внимания на это обстоятельство. Например, Госстандарт РФ, утверждая ГОСТ Р 51303-99, отнес торговые автоматы (наряду с автолавками, автомагазинами, тележками, лотками, корзинами и др. специальными приспособлениями) к передвижным средствам развозной и разносной торговли. В то же время ФЗ "О применении ККТ", разрешая при осуществлении разносной мелкорозничной торговли товарами, не требующими особых условий хранения, не пользоваться ККТ, не включил торговые автоматы в перечень применяемых для этого приспособлений. До середины 2004 г. ведение госреестра ККТ осуществлялось Государственной межведомственной экспертной комиссией по ККТ (ГМЭК), которая считала возможным, в порядке исключения, разрешать в течение определенного срока использовать торговые автоматы для денежных расчетов с населением. Срок последнего такого разрешения истек 01.01.2005 г.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ №285 от 16.06.2004 г. ведение Госреестра ККТ возложено на Федеральное агент-

ство по промышленности (ФАП). Среди юристов нет единого мнения по поводу того, может ли государственный орган (будь то ГМЭК или ФАП), наделенный правомочием вести Госреестр, освобождать от обязанности применять или не применять ККТ при различных видах торговли. В любом случае, последняя отсрочка (законная она или нет) истекла 1 января. Существуют различные разъяснения Минфина и сотрудников МНС о правомерности использования торговых автоматов без ККТ по крайней мере до официального разъяснения Правительства и ФНС, но приходится признать, что пока четкое нормативно-правовое регулирование автоматизированной торговли отсутствует. А раз так, то существует риск привлечения вендинг-операторов к административной ответственности за торговлю без ККТ - со ссылкой на формальное отсутствие разрешения. Возможно при этом истолкование ряда обстоятельств как смягчающих налоговую ответственность, но здесь мы вступаем в довольно туманную в правовом отношении область. Перед операторами замаячила перспектива встраивать в существующие автоматы так называемые "фискальные регистраторы". Подробнее о проблемах фискальной регистрации и о предлагаемых конструктивных решениях можно прочитать в подборке на стр. 22 - 23 этого номера. Однако независимо от достоинств и недостатков этих разработок никуда не деться от следующих обстоятельств. Во-первых, сам факт наличия ККМ в составе автомата требует (по закону) регистрации последнего по месту установки и, как следствие, неизбежной перерегистрации в случае перемещения на более "проходимое" место. Тем самым существенно ограничиваются возможности оперативного маневра в поисках оптимальной "локации" аппарата. Во-вторых, факт внесения регистратора в Госреестр говорит о том, что он по своим характеристикам способен выполнять определенные функции; вопрос стоимости устройства, его массо-габаритных характеристик, потребности в источнике энергоснабжения как бы "выносится за скобки". При таком подходе по существу отрицается право на существование целого класса торговых автоматов: механических устройств засыпного типа (тех, что по-английски называются *bulk machines* или *gumballs machines*). Эти автоматы, благодаря своей простоте, надежности, компактности и низкой цене получили очень широкое распространение. По данным одной из американских профессиональных ассоциаций, в США эксплуатируются ни много, ни мало более 2 миллионов таких автоматов. Между тем именно их компактность препятствует встраиванию туда

фискального регистратора; независимость от энергоснабжения вступает в противоречие с необходимостью питать регистратор от внешней электросети или от встроенного источника. И, наконец, по своей цене механический автомат вполне сопоставим с регистратором, отвечающим всем требованиям реестра; значит, установка последнего, грубо говоря, удваивает стоимость аппарата, снижает его рентабельность и т.д.

Мы так подробно разбирали проблему "ККТ и вендинг", чтобы показать, что здесь возникает целый узел (чтобы не сказать "клубок") проблем, разрубить который под силу только законодательной ветви власти. Есть и другие проблемы. Например, в журнале "Имееши право" № 27 за этот год вполне серьезно обсуждается вопрос о том, почему эти автоматы нарушают еще один федеральный закон - "О Центральном банке РФ". Статья 30 этого нормативного акта провозглашает обязательность приема в качестве платежного средства всех находящихся в обращении монет и купюр, выпущенных Банком России. И журнал цитирует специалиста Роспотребнадзора по соблюдению правил работы розничных предприятий, который разъясняет, что в случае отказа торговца от приема в оплату товара законных платежных средств он может быть подвергнут штрафу до 30 тыс. руб. за нарушение правил торговли. Другое дело, что (тыфу-тыфу, не слазить) это наказание пока не применялось. Но теоретически возможность этого существует. При желании наверняка можно найти и другие способы "прищучить" вендинг-операторов, отбив у них желание работать в избранной области, хотя, судя по мировому опыту, и перспективной.

Сказанное выше не преследует цели утвердить какой-то приоритет интересов операторов вендинга по отношению к потребителям. Речь идет о разумном их согласовании. И, по-видимому, здесь нет иного пути, кроме разработки отечественного закона об автоматизированной торговле, который мог бы учесть многообразие современной техники для вендинга. Ведь, вообще говоря, вендинг - это не только кофейные и снековые автоматы. Это и фотокиоски, и камеры хранения, и паркометры, и автоматические билетные кассы, и многое-многое другое. И, думается, никто не сможет сформулировать исходные данные для нового закона лучше, чем профессионалы вендинга, объединенные в ассоциацию.

Исходя из этих, а также ряда иных соображений, затронутых в первом абзаце вскользь, но от этого не утративших значение, ряд компаний, занятых вендингом, вернулись к идее сплотиться и выступить единым фронтом. Так и получи-

лось, что за последние два месяца состоялось несколько встреч инициативной группы по созданию ассоциации. Правда, в Москве, но приглашения были направлены и в северную столицу. В первом собрании принимали участие 7 компаний, в шестом - 14. Конкретно в организационном собрании 14 июля 2005 г. участвовали представители следующих компаний:

Автобар
Аутомейтиг Сервисиз
Валео
Венда
Вендорус
Кока-Кола
КоммПласс
Мистерия Вендинг Машинз
Нестле Фуд
Премакса
Сиба-Вендинг
Формтрейд
Экспресспродсервис
Энерготранскомплект/ журнал "Вендинг Бизнес"

На собрании и в течение следующей недели все участники (за исключением "Кока-Колы") устами своих руководителей подтвердили свое намерение стать учредителями ассоциации. Было согласовано название "Национальная ассоциация автоматизированной торговли" (НААТ); ан-

глийский вариант названия - National Vending Association (NVA). Были согласованы проекты Учредительного договора и Устава НААТ.

В соответствии с Уставом, Ассоциация является некоммерческим объединением юридических лиц, чья деятельность непосредственно связана с автоматизированной торговлей и которые готовы совместно работать во имя развития отрасли (действительные члены). Ассоциированные члены могут работать в других направлениях, но должны поддерживать цели Ассоциации и содействовать решению ее задач.

В Уставе, как и полагается, содержится информация о порядке вступления в Ассоциацию и выхода из нее, о формировании и функциях органов управления Ассоциации, в число которых входит общее собрание, президент (председатель собрания), правление и генеральный директор. Собрание подтвердило полномочия Леонида Пеккера ("Аутомейтиг Сервисиз") в качестве будущего Президента Ассоциации и Татьяны Рыжковой ("Мистерия") в качестве генерального директора. Будущее местонахождение Ассоциации определяется по адресу: 109554, г.Москва, ул.Рабочая, дом 91. Генеральный директор приступил к работе по регистрации Ассоциации. После регистрации ее учредительные документы будут опубликованы.

formtrade **VENDING** **ТОРГОВЛЯ БЕЗ ПРОДАВЦОВ**

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

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

V Международный выставочный форум "МИР ТОРГОВЛИ"



Мероприятие, проходившее 15-17 июня 2005 г. в выставочном комплексе "Гостиный двор" (Москва), сумело вместить, как и положено настоящему форуму, много всего, "хорошего и разного". Во-первых, это, конечно, традиционная выставочная экспозиция, в состав которой входили 102 стенда, тематически охватывавших следующие вопросы (классификация организаторов):

1. Комплексная автоматизация торговли - 28 экспонентов.
2. Холодильное оборудование, вентиляция и кондиционирование - 13 компаний.
3. Торговая мебель и оборудование - 18 экспонентов.
4. Системы безопасности - 18 эксп.
5. Программное обеспечение - 28 эксп.
6. Оборудование для уличной торговли - 2 эксп.
7. Технологическое оборудование - 14 эксп.
8. Системы штрихкодирования и печати - 21 эксп.
9. Комплексное оснащение магазинов - 29 эксп.
10. Кассовое оборудование - 29 эксп.
11. Системы освещения - 7 эксп.
12. Складское оборудование - 13 эксп.
13. Кофемашины - 5 эксп.
14. Весовое оборудование - 23 эксп.
15. Проектирование и дизайн торгового зала, магазинов, предприятий общепита - 16 эксп.
16. Литература, обучение и повышение квалификации - 5 эксп.
17. Консалтинговые услуги - 14 эксп.
18. POS-материалы - 7 эксп.
19. Спецодежда - 2 эксп.
20. Франчайзинг торгового



«Венсонд» молча встречал всех у входа

предприятия - 3 эксп.

21. Банковское обслуживание - 3 эксп.

22. Производители, дистрибуторы, поставщики - 15 эксп.

23. Прочее - 4 эксп.

24. Пресса - 31 эксп.

25. Ярмарка вакансий - спецпроект - 7 эксп.

Тот факт, что сумма числа экспонентов в 3,5 раза превы-

шала число стендов, вовсе не значит, что экспоненты теснились за прилавками стендов, как жильцы в коммуналке; просто многие компании "засветились" в нескольких тематических направлениях.

Часть экспозиции была обособлена в виде так называемой "Эффективной модели торгового центра", устроители которой постарались так разместить и визуально оформить торговое оборудование, чтобы каждая ассортиментная группа товаров оптимальным образом воздействовала на ощущения и эмоции покупателя. Слово "эмоции" употреблено не случайно: по статистике, 80 % потребительских решений обусловлены эмоциями, а примерно 75 % принимаются непосредственно у полки или витрины с конкретным товаром.

Этой же тематике была посвящена конференция, проходившая в близрасположенном конференц-зале №1. Здесь обсуждались тенденции и концепции развития торговых центров, учет потоков посетителей, архитектурные и дизайнерские решения, вопросы управления и эксплуатации, работа с арендаторами и т.д. На следующий день здесь же проходила конференция "Собственная марка в торговле", где одним из докладчиков выступил Бернх Халлир, генеральный директор Европейского института торговли (статью профессора Халлира "Вендинг в Германии вчера и сегодня" можно было прочитать в №2 нашего журнала за этот год).

В зале №2 проходила другая международная конференция, "Франчайзинг как способ усиления позиций розничных компаний". За ней последовала Всероссийская конференция "Реги-

ональные аспекты развития розничной торговли. В последний день работы форума прошла еще одна Международная конференция - "Управление персоналом в торговле", где обсуждались проблемы кадрового обеспечения предприятий торговли, профессиональной подготовки, мотивации и оценки деятельности персонала. Здесь также успел "засветиться" проф. Халлир, выступивший с докладом "Обучение в торговле. Новые вызовы европейского рынка".

Очень насыщенной и разнообразной была на форуме и трехдневная программа семинаров с участием отечественных и зарубежных профессионалов высокого уровня. Кстати, любопытная деталь: на некоторых семинарах в дополнение к докладчикам были заранее предусмотрены и оппоненты.

В заключение приведем некоторую выборочную информацию об участниках выставки. ОАО "Альфа-Банк" демонстрировало аппарат Cash-In, предназначенный для моментальной оплаты услуг операторов связи, коммунальных платежей и других операций с использованием как наличных денег, так и



пластиковых карт. Здесь же можно оперативно внести деньги на свой банковский счет или погасить кредит. В аппарате предусмотрена возможность выдачи дисконтных карт и подарочных сертификатов, а также вывода на цветной ЖК экран рекламной информации. Автоматы просты в обращении и компактны. Они установлены в супермаркетах "Перекресток", на АЗС ТНК и в других местах.

"Нестле" - достаточно хорошо известная в мире корпорация. Достаточно сказать, что это крупнейший производитель продуктов в мире, 9-я по счету компания в Европе, 28-я в мире. На 500 предприятиях в 86 странах работают 247 000 человек. Объем продаж - 86,7 млрд швейцарских франков. В России с 1995 г. функционировало представительство; с 1996 российская компания ООО "Нестле Фуд" взялось сначала за организацию сбыта собственной продукции. Сегодня в России "Нестле" имеет 12 производств, среди которых такие современные предприятия, как кондитерская фабрика "Россия" в Самаре, "Алтай" в Барнауле и "Камская" в Перми; производство мороженого и кулинарной продукции в г. Жуковский, растворимого кофе в Тимашевске Краснодарского края, детского питания в Вологде. С 1997 г. по настоящее время компания внедрила в 38 странах систему приготовления кофе Nespresso Professional для офисов, предприятий общественного питания и сферы обслуживания; система содержит кофе-캡сулу с высококачествен-

ным кофе, простую и элегантную кофемашину и изящные аксессуары. На долю Nespresso Professional приходится 25% объема продаж порционного кофе компании и 17% (по обороту) мирового рынка эспрессо кофемашин. С 2004 г. в Москве работает представительство Nespresso.

Арес-компания с 1996 г. занимается автоматизацией денежных расчетов с населением с использованием компьютер-



ных касс нового поколения. Среди продвигаемого компанией оборудования - быстroredействующие и надежные фискальные регистраторы "МЕБИУС" (см.фото).

Компания **Кока-Кола** на протяжении 15 лет является одним из крупнейших иностранных инвесторов в российский пищевой промышленности и лидером по производству безалкогольных напитков (11 собственных заводов, центры дистрибуции и продаж в полусотне крупных городов). Все заводы прошли сертификацию по ISO-9001 и ISO-1400. Их напитки неоднократно признавались в России Народной Маркой Года и Товаром Года.

Вендинг-Центр - группа компаний, с 1998 г. занимающихся поставкой и комплексным обслуживанием торговых автоматов для приготовления горя-





Лучшая наглядная агитация - это кормежка

чих напитков и продажи фасованных продуктов. Дистрибутор компании NECTA Vending Solutions и официальный (эксклюзивный) представитель Prontofoods и Comestero Group.

На выставке были представлены крупнейшие отечественные компании, работающие на российском рынке торгового оборудования, в том числе такие, кто способен разработать комплексные решения объектов торговли от проектирования до сдачи "под ключ", от магазинов до гипермаркетов. К их числу относится "Русский проект", "РосБизнесГрупп", "Олекс Холдинг-М", "ЛЭНД", "Магазин для магазинов" и другие.

Рядом с "Магазином эффективных технологий" размещался "Уголок общепита и услуг" (название наше), где свои това-



Кофе в Финляндии не растет, но марка Paulig President любителям и профессионалам известна. Международный концерн работает на мировом рынке с 1976 г., в России - с 1995



Чувство глубокого удовлетворения (на стенде "Джусмастер").



Ландшафт с подсолнухами - часть стенда "Олекс Холдинг". На заднем плане "Русский проект"

ры и технические решения демонстрировали "Торговый Дом РАМЗАЙ" - крупнейшая московская фирменная сеть по продаже мороженого и система быстрого питания "Стардогз" ("Нас знают и любят миллионы покупателей"). К ним примыкал стенд компании "Джусмастер", специализирующейся на соковыжималках для производства свежеотжатых соков в присутствии покупателя и автоматах для их продажи. Неподалеку функционировал стенд компании "Фотокиоски. Ру". Слово "функционировал" употреблено не случайно: обаятельный оператор демонстрировал, как работает автономный цифровой фотокиоск Kodak Picture Maker, позволяющий клиенту в режиме самообслуживания распечатать за несколько секунд высококачественные фотографии с цифровых носителей, включая мобильные телефоны. Здесь же можно переписать снимки с носителя-первоисточника на компакт-диск Kodak Picture CD.



Вариант сувенирного оформления снимка-открытки

Международная выставка автоматизированной торговли AVEX'2005



Валерий Ракитский, генеральный директор компании "Валео" (Москва)

Выставка AVEX, которая раз в два года проводится британско-ирландской Ассоциацией автоматизированной торговли (AVA), по своему уровню и масштабам находится примерно в той же категории, что и парижская DA, миланская Venditalia и кельнская Eu'Vend. В этом году с 10 по 12 мая около 140 компаний-экспонентов демонстрировали свои достижения во 2-м (новом) павильоне лондонского выставочного комплекса Earls Court. Географический состав участников распределялся весьма неравномерно. Около 120 из них представляли, естественно, Соединенное Королевство; правда, из этого числа не всегда легко было вычленить дочерние структу-

ры зарубежных фирм, часть которых являются дилерами, часть - филиалами-производителями и т.д. Сразу же за британцами шли итальянцы (9 фирм), затем США (3), Бельгия (2) и по одному - представители Швеции, Тайваня, Словении, Франции, Швейцарии и Германии. Ирландцы, несмотря на всегдашнюю борьбу за самостоятельность, скрывались, похоже, за английскими вывесками.



Не берусь утверждать, что меня что-то особенно потрясло, выделить какие-то суперхиты. Но необходимо отметить,



На стенде ICS. Справа - автор репортажа

что в условиях глобального рынка уважающие себя компании более или менее синхронно поддерживают определенный современный уровень, в том числе с точки зрения общего дизайна и принципов действия. Такое впечатление, что для многих выставки этого рода стали не столько местом заключения контрактов, сколько тусовочной площадкой, где встречаются в основном знакомые люди, приглядываются, конечно, к новинкам, но, в общем, исходят в первую очередь из того, что

здесь важно отметить, показать стену не хуже, чем у людей, напомнить о том, что компания - на рынке и нормально себя чувствует.

Тем не менее, определенные тенденции все же просматриваются, тем более, если они совпадают со всякой рода аналитикой. Ощутимо возрастает интерес к кофейным автоматам на зерновом кофе (по сравнению с растворимым); расширяется присутствие малых кофемашин, удобных для эксплуатации в условиях офиса; рас-

тет количество автоматических минимаркетов, в состав которых одновременно входят автоматы для продажи горячих и холодных напитков, всякого рода снэков, а с некоторых пор - и горячих блюд.

Конечно, лучше всего наблюдать все это "in vivo", в крайнем случае - "in vitro". Но поскольку большинство читателей было лишено этой возможности, остается дополнить мои впечатления способом "in photo".



1



2

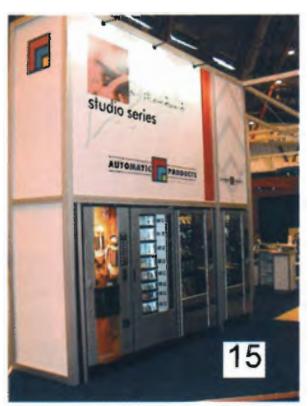


3



4

1-4 Роботы-бариста к Вашим услугам





8



9

5-9 Вариации на тему горячей еды

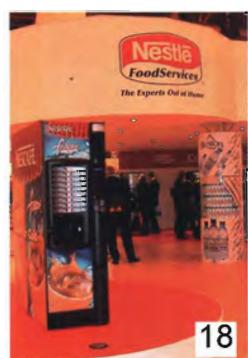


16



17

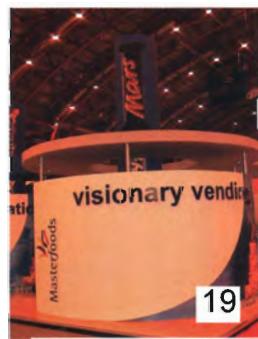
10-17 Все это - минимаркеты. Как ни странно, один из вариантов перевода на русский - "маленький базар"



18



20



19



21

21 Новинки от Kraft Foods/ Kenco. Осуществлена идея засыпать ингредиенты в стаканы заранее

18-20 "Те, кого уважительно называют "межнациональные"



22



23

Среди новинок Bravilor Bonamat - зерновой кофе с натуральным молоком из холодильника

"Инновации - наша традиция"



24

185 тысяч автоматов - это серьезно



25

Одна из этих машин считает монеты со скоростью 100 штук в секунду



Игрушки только для взрослых



выставка и конгресс



Прошедшую с 9 по 11 июня в выставочном комплексе "Крокус-Экспо" выставку правильнее, наверное, было бы назвать "Мир игровых автоматов". Впрочем, вполне вероятно, что это особенность мероприятия только текущего года, и в дальнейшем его тематическая палитра будет только расширяться.

Новая международная специализированная выставка индустрии развлечений "Мир игр - 2005" - альтернатива крупнейшей в нашей стране выставки игорно-развлекательной отрасли - EELEX. Организатором мероприятия выступила Российская Ассоциация "Мир Игр".



Атмосфера на выставке, как и положено, игравая

По словам организаторов, новая выставка призвана восполнить дефицит выставочных мероприятий активно развивающегося в России игорного бизнеса. Ее формат включает проведение конгресса и фестиваля современных достижений индустрии развлечений. Несмотря на короткие сроки, за которые мероприятие было организовано, удалось обеспечить вполне представительное количество и качество участников - около 120 компаний-производителей и поставщиков игрового оборудования и комплектующих из России, Украины, Казахстана, Латвии, Болгарии, Чешской Республики, Италии, Испании, Великобритании, Канады, Германии, США, Японии, Тайваня.

В каталоге выставки участники сгруппированы следующим образом:

1. Оборудование для казино (35 участников).
2. Оборудование для бильярда (3).
3. Оборудование для боулинга (3).
4. Игровое оборудование с денежным выигрышем (75).
5. Развлекательное оборудование (18).
6. Комплектующие для игрового оборудования (49).
7. СМИ (16).
8. Другое (20).

10 июня в рамках выставки прошел конгресс на тему: "Диалог государства и бизнеса. Реальность. Перспективы. Практика", значительная часть докладов которого была посвящена наиболее острым проблемам

отрасли - вопросам законодательства и налогообложения.

С точки зрения вендинга в первую очередь представляют интерес участвовавшие в выставке компании, заметное или основное место в деятельности которых принадлежит платежным системам:



Cash Code Co. (Канада) - широко известные купюроприемники с одноименным названием.

GPT - Global Payment Technologies Inc. (США) - лидер по разработке и производству оборудования для обработки купюр, широко используемого в системах платежей торговых автоматов.

JCM (Япония) - купюроприемники для игровых и торговых автоматов.

"Формтрейд" (Москва) - монетоприемники **NRI** (транснациональная компания с основным производством в Герма-



На стенде компании "Cash Code"



Руководитель компании "Стиль-АВС"
Борис Берлизов заинтересовался нашим журналом



У входа в конференц-зал посетителей выставки обслуживали кофейные и снековые автоматы компании "Vend Island Plus"

"Автоматические транзакции" (Москва) - банкнотоприемники марки NV7 и NV8 (производство Великобритании) с укладчиком и без.

"Игротехника" (Рязань) - разработка, производство, продажа игровых и торговых автоматов.

"Money Controls" (Великобритания) - продукция компании включает в себя купюро- и монетоприемники, полностью адаптированные к российской валюте.

"Стиль-АВС" (Москва) - крупнейший в России дистрибутор комплектующих и платежных систем от ведущих мировых производителей.

Участники выставки отмечали удобство времени и места проведения мероприятия, достой-

ный уровень его организации, комфортную рабочую обстановку для плодотворного делового общения. Так что можно резюмировать: "первый блин" оказался не комом.
И.И.

**Простые ответы
на сложные вопросы!**

?

① Какой марки выбрать автомат?

Автоматы Venson SAMSUNG это:

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

② Ищете лучшее предложение?

АВТОМАТ ТОРГ 3

7 лет на рынке!

официальный дилер Самсунг гарантирует:

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

③ Где?

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

www.avtomattorg.ru

По следам наших публикаций

На стр.6 журнала №3 за этот год было напечатано короткое сообщение о том, что в одном из московских супермаркетов был установлен киоск под названием "Видеобокс" с уточнением "Электронный видеопрокат". Иных опознавательных знаков на киоске не было. Дирекция супермаркета, равно как и руководство сети, в состав которой он в то время входил, наотрез отказались сообщить, кто является владельцем (или оператором) киоска, намекая на некую "коммерческую тайну".

Впрочем, раскрыть тайну оказалось не слишком сложно. При этом прояснились довольно интересные обстоятельства.

Владельцем киоска оказалась одна из крупнейших отечественных сетей видеопроката - компания "Авалон-видео". В прошлом году эта сеть насчитывала в Москве и регионах более сотни комбинированных магазинов проката и продаж аудио-видео продукции. Некогда (в середине 1990-х) один из самых популярных видов бизнеса в России, видеопрокат сегодня переживает глубокий кризис. На то существует ряд причин, основными из которых профессионалы считают следующие:

- Чрезмерно высокие арендные ставки, особенно в мегаполисах;
- Рост заработной платы персонала;
- Огромное количество контрафактных кассет и дисков;
- Рост популярности кинотеатров;

В итоге, по мнению генерального директора "Авалон-видео" Максима Вохонцева, в прежнем виде видеопрокат сегодня просто не может быть рентабельным. Наверное, на ситуацию в какой-то степени может повлиять борьба госорганов с контрафактной продукцией. Но среди перечисленных статей расхода есть и такие, которые полностью находятся во власти проката. Речь идет об экономии арендной и заработной платы. Именно здесь могут в лучшем виде проявить себя автоматы. Это давно уже поняли в странах Запада, где история электронного видеопроката насчитывает полтора десятилетия.



Руководство компании "Авалон-видео" остановило свой выбор на автоматах "Видеобокс", несколько моделей которых поставляются на рынок лидером вендерного видеопроката итальянской компанией **Videosystem s.r.l.** С этого года "Авалон" приступил к созданию собственной сети "Видеобоксов" в Москве, используя как отдельно стоящие аппараты, так и видеопрокатные галереи, имеющие 3 и более клиентских дисплеев.

Аппараты, вмещающие от 388 до 2166 DVD, занимают площадь около квадратного метра. Клиент оплачивает услуги, пользуясь пластиковой картой, счет на которой пополняется через банкнотоприемник. На дисплее он видит меню, позволяющее изучить ассортимент, сделать выбор и посмотреть отрывки из фильмов. Получение и возврат дисков (или кассет) производится через единое окно выдачи/возврата. В перспективе планируется возможность бронирования фильмов по Интернету или сотовому телефону (SMS-сообщением).

(По материалам сайта www.video-box.ru и газеты "Бизнес"; фото "Вендинг Бизнес").



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТОРГОВЫЕ АВТОМАТЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ КОФЕВАРОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ БАРОВ, РЕСТОРАНОВ, КАФЕ.



Кофе давно уже стал неотъемлемой частью нашей жизни, кофеварку мы считаем привычным бытовым прибором. Но не каждый знает, как развивается эта техника в профессиональном приложении.

Одним из ведущих представителей сферы кофейного оборудования на российском рынке является компания «Профессиональные и торговые автоматы» (ПТА) - эксклюзивный дистрибутор итальянской фирмы SAECO (торговые автоматы и профессиональные кофемашины).

По опыту компании, сектор покупателей данного вида оборудования расширяется с каждым днем; в основном, это участники сферы общественного питания: бары, рестораны, кафе, а также предприятия, стремящиеся улучшить качество обслуживания сотрудников и клиентов: торговые и бизнес-центры, офисы, АЗС и многие другие.

Существующие модели кофемашин можно отнести к двум основным типам.

Классическими кофемашинами можно назвать рожковые модели. В ассортименте ПТА их представляют линии Aroma и Aroma Compact. На российском рынке хорошо известны также марки La Cimbali, Brasilia, Futurmat и гр. Такое название этого типа аппаратов получило вследствие применения рожков, в которые загружаются порции молотого кофе для приготовления напитка. Бариста – человек, профессионально готовящий кофе, – наполняет рожок необходимым количеством молотых зерен, одновременно контролируя степень помола и спрессованности порошка для получения напитка высокого качества. Существуют параметры, которые бариста регулировать не должен, но имеет возможность контролировать. Например, модель Aroma SE (полностью автоматическая кофемашина серии Aroma) на внешней панели предусматривает датчик, показывающий давление пара в бойлере и давление в кофейной группе во время приготовления напитка. Оптимальный уровень воды определяется и поддерживается машиной автоматически. Машины серии Aroma производятся в двух-, трех- или четырехгруппном исполнении.

Такие аппараты способны готовить замечательный эспрессо, капучино, кофе латте на основе молотого кофе и натурального молока. На каждую группу можно запрограммировать один эспрессо, один или два американо, либо порцию кипятка.

Другой тип профессиональных кофемашин – это суперавтоматы, которые отличаются функциональностью и простотой в использовании (у ПТА – линия Idea; M2 barsystem марки La Cimbali, X5 GrandItalia марки Faema и другие). Готовить отличный кофе с помощью таких аппаратов сможет даже неподготовленный человек. Примером такого суперавтомата может служить модель Idea Cappuccino (ПТА). Стабильно высокое качество напитка обусловлено настройками кофемашины. На каждую кнопку задается расход, температура воды (с точностью до одного градуса) и количество кофе на порцию. Возможна настройка предварительного смачивания (экстракция идет 2-3 секунды и на треть усиливает крепость кофе). Предусмотрен режим промывки устройства, может быть задано автоматическое включение / выключение автомата для каждого дня недели. Модель Idea Cappuccino оснащена автоматическим капучинатором, позволяющим готовить капучино, кофе латте и горячее молоко.

Все автоматы этой линии оснащены счетчиками приготовленных порций каждого напитка. На панели управления расположены дисплеи, на которых отображается вся информация, в том числе напоминания о необходимости очистки от накипи, добавления зернового кофе в бункер или сообщение о переполнении сборника использованного кофе. Верхняя панель автоматов служит для подогрева и сушки чашек.

Каждый тип кофемашин имеет свои плюсы: рожковые аппараты – это профессионализм бариста и красота приготовления напитка, суперавтоматы – это простота использования и стабильно высокое качество напитка, приготовленного в автоматическом режиме. По мнению представителей компании «Профессиональные и торговые автоматы» подобные кофемашины пользуются на сегодняшний день наибольшим спросом.



Москва,
Лужнецкая наб., д. 2/4, к. 23
тел. (095) 730-65-54,
e-mail: info@vend.ru

www.vend.ru

Saeco
Professional



Какой кофе Вам больше нравится?



Итак, какой кофе Вы любите? Черный, или с молоком, или с сахаром? Или Вы хотите побаловать себя и друзей ароматным капучино? В Вашем распоряжении - целая палитра ароматов от ICS, предлагаемая "Валео".

Идеальные характеристики

Компания ICS привыкла работать на вендинг. Наше производство ингредиентов, расположенное в Нидерландах, организовано с учетом того, что выпускаемые продукты должны быть обязательно совместимы с торговыми автоматами. Разумеется, наша с фирмой "Валео" первоочередная задача - предложить покупателю чашку идеального напитка. Но помимо производства напитков, ценимых потребителями, за органолептические свойства, ICS уделяет особое внимание техническим характеристикам продукта, в частности, их способности поддерживать постоянную дозировку и обеспечивать бесперебойную эксплуатацию аппарата, что так ценится операторами.

Сухие сливки

Значение хороших сливок для торгового автомата трудно преувеличить. Этот продукт, который еще иногда называют "забеливатель", изготавливается без использования молока; его задача - смягчить вкус кофе или чая, придать им сливочный привкус. По сравнению с молоком этот продукт проще в употреблении и более экономичен. В ассортименте ICS имеется и специальный пеногенератор забеливатель. Фактически он решает сразу две задачи: облагораживает вкус кофе и создает на его поверхности нежную, но устойчивую пенку.



Капучино

В основе любого капучино должен лежать хороший кофе. Он может быть свежеобжаренным зерновым, а может быть сублимированным растворимым. Итальянцы готовят капучино, в состав которого входит 1 часть эспрессо, 1 часть горячего молока и 1 часть молочной пены. Иногда напиток сверху посыпают порошком какао, иногда его смешивают с шоколадом.

Топпинг

Для того, чтобы получить классический итальянский капучино, Вам потребуется хороший кофе с идеальным молочным продуктом плюс взбивающее устройство, которое входит в состав автомата. Используя производимый ICS топпинг, Вы смягчите вкус кофе молоком и получите восхитительную пенку, которая сохранится до того момента, когда Вы попьете свой капучино. Если Вы к тому же воспользуетесь качественным сублимированным растворимым или свежеподжаренным молотым кофе, то наверняка произведете впечатление на своих клиентов.

Моккачино

В Вашем распоряжении большой выбор рецептур капучино быстрого приготовления. Очень популярен кофе капучино с восхитительным оттенком шоколада. Другие предпочитают моккачино на основе какао с привкусом кофе. Все продукты подслащены и готовы к загрузке в торговый автомат. Вы обязательно получите удовольствие от чашки напитка и захотите вернуть себе это ощущение снова и снова.

Экзотические ароматы

"Валео" и ICS разработали целое меню из специфических видов кофе, которыми можно наслаждаться целыми днями. Капучино с ароматами орехов, карамели, тирамису и амаретто просто обречены на успех в автоматной торговле. Все эти сорта подслащены и представляют собой продукта вида "три в одном", поскольку содержат кофе, какао и молоко.



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

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ



КОФЕ

- сублимированный (быстрорастворимый)
- зерновой
- молотый



КАППУЧИНО



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

БУЛЬОНЫ И СУПЫ



- куриный
- мясной

СЛИВКИ И ТОППИНГ



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

ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД



- классический
- сливочный
- сладкий

ЧАЙ

- лимонный,
- персиковый,
- апельсиновый,
- ромовый,
- мята
- черный растворимый без сахара
- натуральный черный мелколистовой



ХОЛОДНЫЕ НАПИТКИ



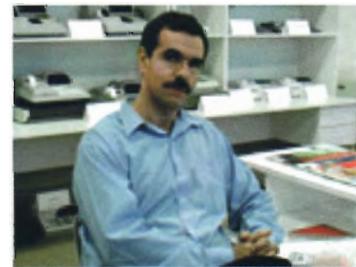
- чай со льдом со вкусом лимона, персика, яблоко
- молочный коктейль со вкусом клубники, ванили, банана, лимона, лайма, какао, кофе

Фискальные регистраторы в составе терминалов самообслуживания

...Газированной водою торговал автомат,
 За копейку - без сиропа, за три - с вишнею.
 И с такой торговал бодростью,
 Что за час его весь выпили,
 Стаканы наливал полностью,
 А людям - никакой прибыли...

А.Галич

Сегодня во всем мире заметную роль играют терминалы безоператорного обслуживания (киоски) для продажи товаров и оказания услуг. В соответствии с мировыми тенденциями, растет интерес к этой теме и в России. В свое время Государственная межведомственная экспертная комиссия по контрольно-кассовым машинам (ККМ) принимала решения о допустимости применения особого класса ККМ – фискальных регистраторов* в составе автоматических атмосферных терминалов, в торговых автоматах. Эта комиссия включила модели ККМ, предназначенные специально для применения в составе касс-автоматов (такие, как ПРИМ-21К), в Государственный реестр. Учитывая специфику киосков с одной стороны, а с другой – подпадание всех видов этих устройств, реализующих прием любых платежей, под действие Федерального закона от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт», проект требований к конт-



Игорь Вольфсон,
 заведующий лабораторией
 эталонных образцов ККМ
СКБ ВТ "Искра"
 (Санкт-Петербург)

рольно-кассовой технике предусматривает безоператорное обслуживание как особый сегмент в сфере применения контрольно-кассовой техники. Сегодня в России многие организации, применяющие киоски, находятся в плену заблуждений, что эти устройства не должны включаться в Государственный реестр или иметь в своем составе включенную в него контрольно-кассовую технику, регистрироваться в налоговых органах, особенно для киосков, работающих

только с платежными картами и т.п. Формируемая в настоящее время нормативно-правовая база, реализующая положения Закона №54-ФЗ от 22 мая 2003 года, должна расставить все точки над «и», упорядочив применение этих, безусловно интересных и перспективных устройств. Ведь действие указанного закона распространяется и на торговые автоматы, и на платежные киоски, и на фотокиоски, и на информационные киоски, предоставляющие платную информацию, и на киоски, предоставляющие специфические услуги (например, закачку картинок и мелодий в мобильные телефоны).

Более подробную нормативно-правовую информацию о применении контрольно-кассовой техники в России можно получить на информационном портале, который ведет единственная в России лаборатория эталонных образцов ККМ в составе ОАО СКБ ВТ «Искра», а я хочу представить модели фискальных регистраторов, разработанных СКБ ВТ «Искра» специально для применения в составе терминалов безоператорного обслуживания.

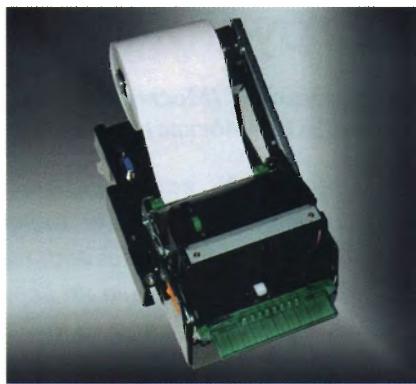
*Фискальный регистратор (ФР) – это ККМ, способная работать только в составе компьютерно-кассовой системы, получая данные через канал связи.

Отличие ФР от ККМ других групп состоит в его принципиальной неавтономности, т.е. в способе ввода информации не с собственно клавиатуры, сканера и т.п., а через канал связи в соответствии со специализированным протоколом обмена. Технические требования по регистрации и хранению информации, а также по формируемым печатным документам, предъявляемым к ФР, во многом схожи с аналогичными требованиями, предъявляемыми к ККМ других групп. Если говорить попросту, то касса (в том числе ФР) отличается от принтера, фиксирующего факт продажи и принятую сумму, «интеллектом», обеспечивающим регистрацию, обработку и хранение информации о денежных расчетах в соответствии со строгими регламентированными правилами.



Фискальный регистратор ПРИМ-21К, разработанный на базе одностанционного термопринтера EU-T422 фирмы EPSON, унаследовал практичность и высокую надежность, свойственную всему семейству этих принтеров. Судите сами: этот принтер может напечатать десять тысяч чеков без замены бумаги. Рекомендуется для использования в составе торговых автоматов, платежных терминалов самообслуживания для оплаты коммунальных услуг и услуг сотовой связи, а также на автоматических АЗС и т.п.

ПРИМ-21К является единственным фискальным регистратором, включенным в Государственный реестр для всех сфер применения в составе киосков. К его специфическим неоспоримым преимуществам относятся поддержка рулона чековой ленты, позволяющего работать без вмешательства оператора в течение нескольких суток, и наличие готовых системных решений Корбина Телеком, КИС Электроника.



ПРИМ-22ТК разработан на базе киоск-принтера VKP80 фирмы CUSTOM. Возможности этого фискального регистратора очень широки – он незаменим в автоматических платежных устройствах, с помощью которых Вы можете оплатить услуги операторов сотовой связи или заплатить за парковку, обменять валюту или купить проездной билет, даже заплатить за бензин на автоматической АЗС. В любое время дня и ночи, а главное - без очередей. Он работает круглые сутки и экономит Ваше время.

ПРИМ-22ТК полностью подготовлен к включению в Государственный реестр для всех сфер применения в составе киосков. К его специфическим неоспоримым преимуществам относятся функция ретракции (затягивание чека внутрь) для сбора невостребованных

чеков, подсветка при выдаче чека, регулируемые ширина чековой ленты и положение держателя рулона и наличие готовых системных решений для платежной системы Киберплат.

Обе модели фискальных регистраторов оснащены СКЛ (контрольная лента, полностью отражающая в электронном виде информацию на чеках за смену) с объемом памяти 2 Мб и имеют:

высокоскоростную (50 строк в секунду) бесшумную термопечать чеков и штрихкодов,

автоотрезку чека,

презентер – устройство, исключающее изъятие чека до завершения его печати,

широкий набор программ для Windows, DOS, Palm OS.

Основные характеристики фискальных регистраторов приведены в таблице.

На корпоративном сайте ОАО СКБ ВТ «Искра» www.iskrakk.ru. Вы можете не только получить более подробную информацию по этим и другим моделям фискальных регистраторов, но и ознакомиться с другой продукцией нашей компании, включая и сами киоски, а также получить ответы специалистов фирмы на интересующие Вас вопросы.

Наименование характеристики	ПРИМ-21К	ПРИМ-22ТК
Габариты (высота, ширина, глубина), мм	262x161x440	155x150x278; с рулонодержателем - 230x150x278
Масса (без бумаги), кг	7,5	3,2
Интерфейс связи с ПК	RS-232C	RS-232C
Скорость обмена, бод	9600 (оPTIONНО от 1200 до 19200)	9600 (оPTIONНО от 1200 до 19200)
Ширина бумаги, мм	59,5±0,5	80 (допускается 75 и 82,5)
Внешний диаметр рулона, мм	203	до 120
Внутренний диаметр рулона, мм	18	25
Условия эксплуатации:		
Температура, °С	0 ... + 50	0 ... + 50
Влажность, %	5 ... 85	10... 80

Залог успеха - в сотрудничестве

Игорь Флейшман, фабрика "Золотые купола" (Московская обл.)
Александр Крылов, группа компаний ЭПС (Москва)

Те из читателей, кто просматривал прошлый номер журнала, обратили, возможно, внимание на третью страницу обложки, где анонсировалась грядущая публикация по поводу "профессионального союза двух российских производителей". Речь шла о **сотрудничестве между группой компаний ЭПС и расположенной в Одинцовском районе Подмосковья фабрикой "Золотые купола"**. Выполняем данное ранее обещание и попробуем подробнее рассказать о смысле и содержании этого сотрудничества.

Пользовавшиеся услугами производимого ЭПС **автомата "Клео"** для приготовления и продажи горячих напитков не могли не заметить, что традиционными элементами оформления его лицевой стороны являются мотивы кофе "Черная карта". И это не случайно. Разумеется, компании-операторы, эксплуатирующие автоматы, вольны оформлять фасад автомата по своему усмотрению, тем более, что конструкция позволяет достаточно легко заменять панель с подсветкой. Для нас же это в каком-то смысле символично и свидетельствует о стратегическом партнерстве производителей кофе и автоматов.

Итак, сначала - о кофе. Очень важной характеристикой кофе является его происхождение. Растворимый (сублимированный) кофе "Черная карта" вырабатывается Ассоциацией производителей кофе Колумбии. Это - единственный в России кофе, имеющий маркировку "Cafe de Colombia".

По статистике большинство стран - производителей кофе выращивают и арабику, и робусту. В отличие от них, Колумбия вообще не выращивает робусты и не ввозит кофе из других стран; поэтому колумбийский кофе - это всегда гарантированно 100 %-ая арабика.

Отечественный производитель кофе "Черная Карта" - фабрика "Золотые купола" - построена в 2000 г. и имеет современное производство, сертифицированное по международному стандарту ISO 9001. Торговая марка "Черная Карта" сегодня является одним из лидеров рынка кофе России. Это обязывает поддержи-

вать уровень, и предприятие идет на значительные инвестиции в новейшие технологии, обеспечивающие контроль и поддержание качества на всех этапах - от переработки сырья до чашки кофе.

В разработке рецептуры кофе "Черная Карта" кроме специалистов из Колумбии и экспертов фабрики "Золотые Купола" принимали участие технологии компании "Экспресспродсервис", что позволило максимально учесть высокие требования, предъявляемые к кофе для вендинга. При оценке потребительских предпочтений именно колумбийский кофе показал наилучший результат как по вкусовым качествам, так и с точки зрения образования в готовом напитке любимой кофеманами пенки.

Несмотря на то, что колумбийский кофе ощущается дороже продукта из таких стран, как Бразилия и Эквадор, по мнению специалистов, работающих в области вендинга, цена кофе "Черная Карта" невысока. Кроме того, за счет качества достигается значительный рост потребления (до 35 %) порций кофе в автоматах, что положительно влияет на лояльность покупателей и к другим продуктам из этих автоматов.

Тот факт, что обе компании - "Золотые Купола" и "Экспресспродсервис" - российские, означает для потребителей целый ряд положительных моментов, в том числе:

Отсутствует языковой барьер;

Клиенту нет необходимости заниматься импортом и организовывать большие закупки впрок.

Географическая близость производителей к клиентам сокращает сроки поставки автоматов, ингредиентов и запчастей, существенно расширяя сервисные возможности операторов. Простота устройства автоматов повышает их надежность и благоприятно сказывается на ремонтопригодности.

То обстоятельство, что в ассортименте "Золотых Куполов" имеется снэковая продукция, позволяет в дальнейшем распространить сотрудничество двух партнеров в новую область.



Черная Карта



+

“ЭПС”



Профессиональный союз
двух российских
производителей —
это точное знание
потребностей клиента,
слаженность
и четкость в работе,
широкий выбор продукции
и, наконец, это просто
вкусный результат!



Группа компаний “ЭПС”
www.eps-vending.ru
(095) 197-1910, 192-6588

В прошлом номере журнала было опубликовано интервью с И.Э. Логиновым, руководителем аппарата Московского банковского союза, речь в котором шла о вопросах кредитования малого бизнеса. Мы решили продолжить тему, и сегодня на наши вопросы отвечает Андрей Марулов (Управления кредитование малого бизнеса Внешторгбанка).

Внешторгбанк Кредиты малому бизнесу

- На всех уровнях, вплоть до президента включительно, говорят о том, что нужно помогать малому бизнесу (МБ), но, дескать, делается мало и плохо. При этом ссылаются на мировой опыт, здравый смысл и т.д. В связи с этим принято кивать и в сторону банков, которые, якобы, предлагают не слишком благоприятные условия кредитования. Насколько справедливо такое обвинение?

- Разговоры о необходимости поддержки малого бизнеса не лишены основы. Ведь на сегодняшний день является очевидным, что именно малое и среднее предпринимательство формирует так называемый «средний» класс любого развитого государства, обеспечивает поступательное развитие экономики, способствует достижению намеченных планов по росту валового внутреннего продукта. И, конечно, Внешторгбанк, являясь государственным банком, в первую очередь призван участвовать в реализации таких макроэкономических задач государства, какой является поддержка малого бизнеса. С этой целью год назад в Банке была создана и успешно реализуется в настоящее время Программа кредитования малого бизнеса.

- Что можно и нужно сделать, чтобы поддержка малого бизнеса была выгодна и банковским структурам? Ведь ясно, что наиболее перспективны такие виды деятельности, которые «интересны» всем участникам договорных отношений.



Андрей Марулов,
Куратор отделов
кредитования
малого бизнеса
«ОАО Внешторгбанк»

- Одной из основных проблем, с которой сталкивается Банк, является тот факт, что кредитование малого бизнеса усложнено рядом стереотипов. В частности, среди предпринимателей сложилось устойчивое мнение, что получить кредит в банке трудно ввиду длительной процедуры, малопривлекательных условий (короткие сроки, высокие ставки, необходимость составления сложных ТЭО и бизнес-планов), наличия обязательного залогового обеспечения. В связи с этим боль-

шая часть представителей малого бизнеса до сих пор предпочитает не брать деньги в банке, а «одолживать» на неформальном долговом рынке. Предлагаемый Внешторгбанком подход к кредитованию малого бизнеса призван разрушить эти стереотипы.

- Какова на сегодня политика ВТБ в вопросах кредитования МБ? Насколько удается обеспечить согласие между словом и делом?

- Банком создана специальная методика, которая позволяет на основании определенного набора оценок сформировать решение о возможности предоставления кредита. Данный метод позволяет выдавать кредиты малому бизнесу по упрощенной схеме, освобождает предприятия от большого объема аналитической работы, сокращает время подготовки документов для подачи заявки. За период с начала реализации Программы в двадцать одном региональном филиале и семи московских дополнительных офисах Внешторгбанка открыты специализированные отделы кредитования малого бизнеса. Осуществлено финансирование 300-400 проектов в этой области.

- Существует ли принципиальная разница между подходами к кредитованию физических лиц, желающих удовлетворить свои личные (семейные) потребности, и кредитованию той же семьи, которая хотела бы создать и развивать свой бизнес?



Если – да, то в чем она состоит?

- Принципиальная разница, конечно, существует. В настоящий период активной экспансии все большего числа банков на рынок розничных услуг, для получения потребительского кредита человеку, зачастую, достаточно иметь при себе только паспорт. При кредитовании малого бизнеса этого, к сожалению, пока недостаточно. Экспертом проводится тщательный анализ существующего бизнеса клиента, делается заключение с тем, насколько этот бизнес будет успешным в будущем. Кроме того, при работе с данной категорией заемщиков мы не придерживаемся строго формального подхода, а оцениваем ситуацию «на месте», выезжаем к предпринимателю в магазин, цех, посещаем его место жительства.

- Среди тех, кто занимается вендингом (автоматизированной торговлей), велик процент мелких предпринимателей. Расчеты и зарубежный опыт показывают, что эффективность этого бизнеса возрастает с увеличением числа автоматов, находящихся в распоряжении фирмы. Одним из путей поддержки МБ могло бы стать осуществление лизинговых схем приобретения автоматов. Делаете ли вы какие-либо шаги в этом направлении?

- К сожалению, до сих пор в рамках Программы кредитования малого бизнеса ОАО «Внешторгбанка» кредитование через лизинговые компании не осуществлялось. Однако мы имеем положительный опыт выдачи кредитов предпринимателям под залог приобретаемого ими оборудования. С этой целью нами были заключены договоры

с рядом крупнейших компаний, занимающихся производством и реализацией производственного и торгового оборудования.



- Сохранил ли Внешторгбанк в какой-то степени верность специфике, отраженной в его названии? Если – да, то может ли это как-то влиять на его взаимодействие с вендинговым бизнесом? В настоящее время основная часть оборудования для автоматизации торговли и существенная доля используемых в ней товаров и ингредиентов поступают из-за рубежа.

- Сохранил. На сегодняшний день Внешторгбанк является ведущим банком России в области обслуживания внешнеторговых расчетов, успешно взаимодействует с иностранными экспертными торговыми страховыми агентствами и экспортно-импортными банками, которые принимают риски Банка на кратко- и среднесрочной основе. На сегодняшний день в рамках подписанных соглашений с AKA-Bank (Германия), Mediobanca (Италия), BancaNazionale del Lavoro (Италия), Raiffeisen Bank (Австрия), UBS AG (Швейцария), Japan Bank for International Cooperation (Япония), Export-Import Bank of India (Индия), Export-Import Bank of China (Китай), Industrial and Commercial

Bank of China (Китай), HSBC (Великобритания - Чехия), Banco Bilbao Vizcaya Argentaria - BBVA (Испания) осуществляется финансирование конкретных проектов для клиентов Внешторгбанка в различных областях (машиностроение, автомобилестроение, телекоммуникации, пищевая промышленность, фармацевтика, деревообработка и др.).

Успешное развитие данных проектов стало признанием безупречной репутации и надежности Внешторгбанка со стороны иностранных финансовых институтов, так как операции в рамках действующих соглашений проводятся без гарантий со стороны Правительства РФ.

- Практический вопрос: каков должен быть алгоритм действий представителя МБ, решившего воспользоваться услугами Внешторгбанка?

- Прежде всего, стоит отметить, что нашими заемщиками могут стать юридические лица и предприниматели без образования юридического лица, если они имеют действующий доходный бизнес с объемом годовой выручки, не превышающим 3 000 000 долларов США и полугодовой опыт ведения дел. Мы постарались максимально упростить процедуру получения кредита и минимизировать количество необходимых документов. А алгоритм действий должен быть следующий:

- Позвонить кредитному эксперту по тел. 784-60-60 и договориться с ним о встрече;
- Показать ему свой бизнес и имущество, предлагаемое в залог;
- Получить кредит и работать с ним.

Новая рубрика: Платежные системы

Бурное развитие российского игрового и вендингового бизнеса послужило толчком к ввозу, продажам и эксплуатации большого количества многообразных платежных систем: банкнотоприемников, монетоприемников с функцией сдачи или без нее, электронно-кредитных систем приема платежей. Это разнообразие порой вносит большую неразбериху, если Вы стоите перед выбором, что и у кого покупать.

Более того, даже те пользователи, которые уже купили торговые автоматы и эксплуатируют их определенное время, до сих пор не могут понять различия между моделями и их модификациями, техническими характеристиками и тем более большой разницей в ценах.

Мы решили разобраться сами и помочь разобраться всем, кто хочет получить дополнительную информацию о пла-



Александр Майсов,
руководитель холдинга
"AMTechnology Group"
(Москва)

тежных системах, использующихся в торговых автоматах не только у нас в стране, но и за рубежом.

Начиная с сегодняшнего номера, мы будем регулярно пуб-

ликовать материалы с техническим описанием платежных систем, их характеристики и эксплуатационные возможности. Более того, нами планируется проведение сравнительных испытаний разных платежных систем в одинаковых условиях, включая наработку до отказа (своеобразный крэш-тест). Надеемся, наши рекомендации помогут Вам избежать ошибок и сделать правильный выбор монето- и банкнотоприемников, более качественно и максимально эффективно эксплуатировать их.

Главным экспертом в наших публикациях будет выступать профессиональный инженер-конструктор электронно-вычислительных средств для ленточных аппаратов Роман Подлесный. Сегодня он руководит инженерно-сервисным центром торговых автоматов.

Монетоприёмник CoinCo Global2

Начать мы хотели бы с описания нового для нашей страны монетоприемника с функцией выдачи сдачи от американского производителя CoinCo. Причина проста, возможно, уже завтра многим придется столкнуться с покупкой этого монетоприемника. Мы хотим, чтобы Вы заранее знали, что представляет собой данный монетоприемник.

В настоящее время компания "VendLand" приступила к активному продвижению на рынке платёжных систем, монетоприёмников производства американской компании CoinCo.

CoinCo - это старейшая компания, начавшая свою историю с 1958 г.

Компания CoinCo является разработчиком протокола



MDB, который сейчас фактически является общемировым стандартом. Платёжные системы производства CoinCo активно эксплуатируются практически во всех странах, где активно развиты продажи через торговые автоматы. Американский рынок монетоприёмников с функцией выдачи сдачи поделён между двумя компаниями: CoinCo и MEI (Mars Electronics).

В Европе компании CoinCo, MEI, NRI фактически занимают 95 % рынка монетоприёмников для вендингового бизнеса.

Модель Global2 является на сегодняшний момент самым популярным монетоприёмником производства CoinCo с функцией выдачи сдачи. Вызвано это,

прежде всего, неприхотливостью и надёжностью данного монетоприёмника в местах с экстремальной нагрузкой (высокая проходимость, неблагоприятные климатические условия и т.п.). Помимо этого, техническими специалистами высоко оценена возможность диагностики неисправностей и перенастройки параметров монетоприёмника без использования дополнительного оборудования.

Но обо всём по порядку:

1. Главное достоинство, которое сразу бросается в глаза неискушенному оператору торговых автоматов - это **наличие цифрового дисплея на монетоприёмнике**. Дисплей в сочетании с клавиатурой имеет три основные функции: это диагностика, настройка и получение статистики.

Диагностика. Монетоприёмник имеет интеллектуальную систему самодиагностики. Любая неисправность диагностируется с точностью до узла или элемента. Вот основные неисправности, информацию о которых можно получить, просмотрев диагностические сообщения дисплея:

- неисправны сенсоры считывания параметров монеты,
- неисправны сенсоры наполнения труб,
- застрявшая монета в узле выдачи сдачи,
- застрявшая монета в канале считывания,
- неправильное напряжение питания,
- неверное распределение монет (ошибка узла сортировки).

Настройка. Предположим, Вам необходимо изменить уровень наполнения труб или сортировку монет по тубам. На монетоприёмниках других производителей это невозможно сделать без дополнительного оборудования, а Global 2 легко перенастраивается с помощью

дисплея и встроенной клавиатуры.

Получение статистики (относится к монетоприёмнику, работающему по протоколу EXECUTIVE). Вся статистика по денежному обороту может быть снята с дисплея монетоприёмника. На дисплее отображается количество монет, находящихся на данный момент в тубах.

2. Возможность работы монетоприёмника в экстремальных условиях эксплуатации

Монетоприёмники CoinCo устанавливаются на подавляющее большинство автоматов Coca-Cola в США, которые предназначены для эксплуатации на улице. Выбор специалистов сервисной службы Coca-Cola в пользу CoinCo был не случаен.

Самая уязвимая часть монетоприёмников - это, прежде всего, датчики, или сенсоры считывания параметров монеты, а также плата управления. Благодаря оригинальному конструктивному решению доступ влаги и конденсата во внутренние части устройства считывания CoinCo практически исключён, поэтому монетоприёмник устойчив к экстремальным климатическим воздействиям.

Из опыта эксплуатации можно сказать, что "нехорошие" покупатели очень любят выливать остатки горячего напитка в область установки платежных систем, наверное, в на-

дежде, что там что-нибудь за коротит и повалит "золотой дождь". Можно с уверенностью сказать, что CoinCo готов к таким воздействиям, однако мы бы не советовали выливать на монетоприёмник стакан кофе и смотреть, что из этого выйдет.

3. Модульная конструкция и ремонтопригодность

Монетоприёмник сконструирован так, что полностью собрать и разобрать его можно приблизительно за 20 минут, имея в своём арсенале одну крестообразную отвёртку. В инструкции к монетоприёмнику прилагается подробный сборочный чертеж.

4. Устройство выдачи сдачи

Конструкция механизма выдачи сдачи монетоприёмника характеризуется простотой и в то же время высокой степенью надёжности, благодаря минимальному количеству используемых деталей. Использование реверсивных электромоторов значительно уменьшает время необходимое для выдачи сдачи. Прозрачная защитная створка и прозрачные тубы, значительно упрощают просмотр уровня наполнения монетами. В монетоприёмнике предусмотрена возможность загрузки монет напрямую в тубы, что ускоряет процедуру пополнения сдачи. Самые тубы имеют расширение вверху, что исключает попадание монет мимо туб.

5. Система считывания и защиты от мошенничества

Монетоприёмник считывает параметры монет, используя оптические и индуктивные датчики; таким образом анализируется информация о размере и толщине монеты, составе и однородности ее материала, что минимизирует возможность приема фальшивой монеты.

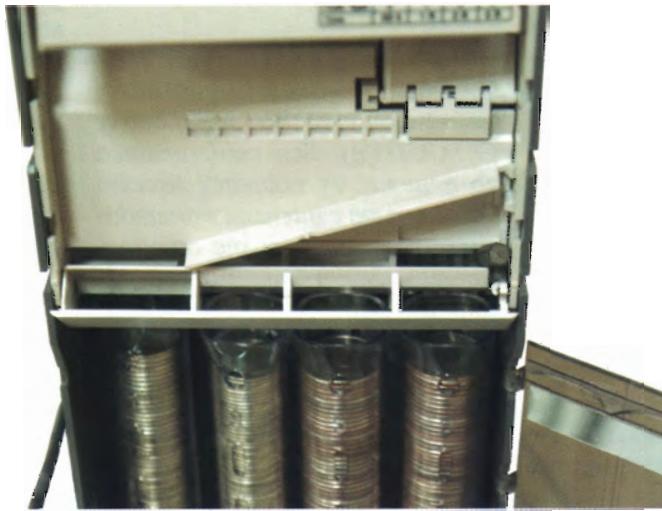


6. Дополнительное оборудование и периферия

Хотя вся диагностика и настройка монетоприёмника может осуществляться с помощью дисплея и клавиатуры, существует дополнительное устройство для ускоренной настройки с использованием персонального компьютера.

Устройство называется *GLOBAL PC*. С его помощью можно конфигурировать монетоприёмник, а затем автоматически переносить настройки на другие монетоприёмники. Также с его помощью можно обновлять программное обеспечение (ПО), необходимость в этом может появиться при замене монет.

Существует портативное устройство для обновления ПО, при его использовании нет необходимости подключения монетоприёмника к персональному компьютеру.



Далее самое интересное - это касается пользователей работающих по протоколу *EXECUTIVE*.

Во-первых, все монетоприёмники *EXECUTIVE* оснащены возможностью подключения банкнотоприёмника, и считывателя ключей безналичной оплаты через интерфейс *MDB*. Подавляющее большинство производителей банкнотоприёмников для вендинга

используют именно этот интерфейс, поэтому проблем с подключением банкнотоприёмника не будет.

Во-вторых, все монетоприёмники оснащены интерфейсом *DEX*, для подключения устройств считывания статистики. Стандарт *DEX* является официальным

стандартом для устройств считывания статистики принятых организацией *EVA* (*European Vending Association*). Для автоматизации снятия статистики надо всего лишь приобрести это устройство и необходимое программное обеспечение.

В заключение мы приводим таблицу с основными характеристиками монетоприёмника.

Параметр	Характеристика
Функция выдачи сдачи	Есть
Считыватель ключей безналичной оплаты	Считыватель ключа, работающий по протоколу <i>MDB</i> , комплектуется дополнительно, Оптическая, электромагнитная
Система считывания параметров монеты	<i>MDB, EXECUTIVE, BDV</i>
Интерфейс для подключения в торговый автомат.	Есть, отображает: 1. информацию о количестве монет в тубе 2. служебную (техническую) информацию 3. данные статистики
Дисплей	<i>FIELD PROGRAMMER</i> (обновление ПО), <i>GLOBAL PC</i> (настройка параметров, обновление ПО) <i>DEX/UCS</i> (снятие статистики)
Дополнительное оборудование	1 рубль - 100 шт., 2 рубля - 85 шт., 5 рублей - 80 шт. 34 В пост. ток, 24 В перем. ток
Ёмкость туб для монет	С помощью: 1. <i>FIELD PROGRAMMER</i> (обновление ПО), 2. <i>GLOBAL PC</i> (настройка параметров, обновление ПО) 3. Дисплея и клавиатуры монетоприёмника
Напряжение питания	379x139x83 мм, 2,5 кг.
Настройка параметров монетоприёмника	
Размеры, масса	



КОРЕЙСКИЕ ХРОНИКИ

Материал для рубрики подготовлен
компанией "Лекорант" (Москва).

Компания S.M.Coin, разработчик и производитель торговых автоматов по продаже горячих и холодных напитков и штучных товаров, запустила в серийное производство так называемую мультимедийную серию вендинг-машин для продажи напитков и товаров повседневного спроса. Особенностью этих аппаратов является то, что кроме обычной витрины и органов управления на лицевой панели размещаются два экрана:

· ЖК дисплей 19 (или 17) дюймов для демонстрации разного рода объявлений, чередующихся через каждые 15-30 сек с передачами из Интернета;

· Проекционный экран с диагональю 29 дюймов с автоматическим показом рекламных и информационных сообщений через каждые 10-15 сек.

Возможны индивидуальные запросы пользователя о погоде, ценных бумагах, дорожных ситуациях и т.д.; могут быть задействованы игровые компьютерные системы.

Автоматы сертифицированы в России и оснащаются платежными устройствами, принимающими 10-рублевые купюры и монеты 1, 2 и 5 рублей.

Компания S.M.Coin позиционирует себя как лидера в производстве высокотехнологичных торговых автоматов. Центральный офис находится в Сеуле, сборка производится в Шанхае. Интересы фирмы в России представляет ООО "Лекорант".

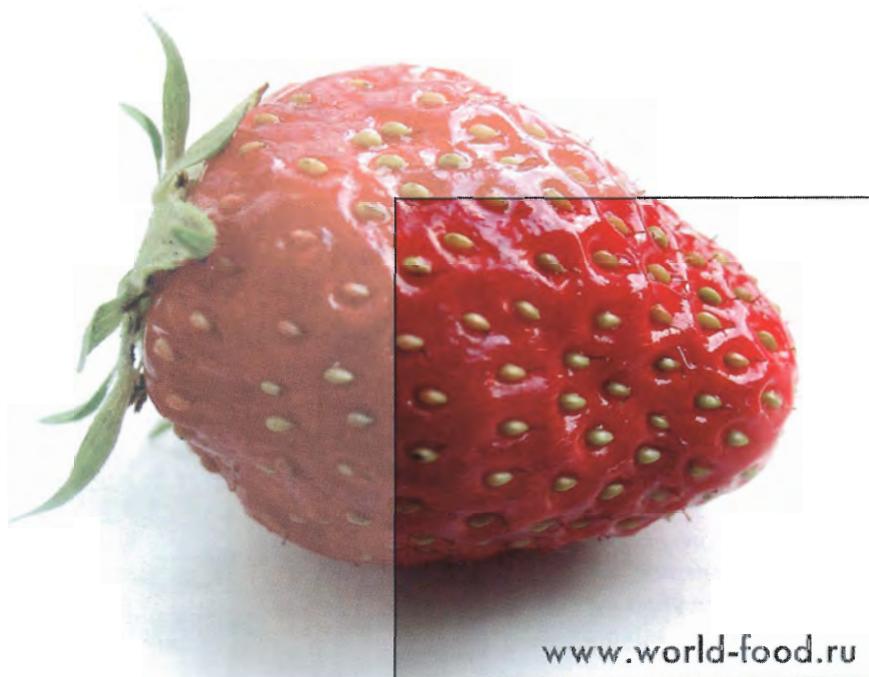


WORLD FOOD MOSCOW 2005



20-23 СЕНТЯБРЯ, МОСКВА

«Экспоцентр» на Красной Пресне



www.world-food.ru

14 МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ВЕСЬ МИР ПИТАНИЯ

3 МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ WORLD FOOD 2005
ПО ПРОДУКТАМ ПИТАНИЯ И НАПИТКАМ

ОРГАНИЗАТОР:



ITE LLC Moscow, Россия
129110, Москва, ул. Щепкина, д. 42, стр.2а
Тел.: +7 (095) 935 7350, факс: + (095) 935 7351
E-mail: worldfood@ite-expo.ru
Web site: www.world-food.ru

ПОДДЕРЖКА:



Министерство
сельского хозяйства
Государственная
Дума РФ



Правительство
Москвы



ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:



Как вести эффективный продовольственный бизнес в России!



Докладчики - ведущие эксперты отрасли

Виктор Семенов

Председатель Ассоциации Отраслевых Союзов АПК (АССАГРОС)

Алан Мастард

Полномочный министр, Советник посольства США по вопросам сельского хозяйства

Фанья Самак

Аналитик продовольственного сектора, Euromonitor

Игорь Качалов

Президент, Консалтинговая компания «Качалов и коллеги»

Андрей Гольцблат

Управляющий партнер, Пепеляев, Гольцблат и Партнеры

Катрин Гурден

Старший банкир, Группа агробизнеса, ЕБРР

Дженифер Галенкамп

Исполнительный директор, РусБренд

Денис Воеводин

САЛАНС Рассел Кинг, директор европейского бюро Logistics Field Audit

Роберт Найтс

Генеральный директор «Прайм продактс»

Вадим Журавлев

Исполнительный Директор Mildberry, московский офис

Rowland Heming

Vice president, Mildberry, брюссельский офис

и многие другие

Зарегистрируйтесь сегодня и получите специальную скидку!

По вопросам участия обращайтесь в департамент конференций ИТЕ по тел.

+ 7 (095) 935-73-50

или по электронной почте :

conferences@ite-expo.ru,
контактное лицо - Алла Хайкина

www.world-food.ru

WORLD FOOD MOSCOW 2005

3 МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ПРОДУКТАМ ПИТАНИЯ И НАПИТКАМ



20-22 сентября, Москва, «Экспоцентр» на Красной Пресне

Как Эффективно Производить?

- Продовольственный рынок России на третьем месте в Европе: перспективы развития и роста
- Повышение инвестиционной привлекательности: реструктуризация предприятий пищевой промышленности
- Юридическая практика при решении спорных вопросов в организации производства продуктов питания

Как Эффективно Управлять?

- Распределительные центры: проблемы и возможности
- Стратегия управления цепями поставок
- Опыт эффективной логистики в России от MARS до наших дней

Как Эффективно Продавать?

- Производитель и продавец в условиях растущих розничных сетей: антагонизм или возможность прибыльного сотрудничества
- Грамотный маркетинг для возврата инвестиций, вложенных в бренд.
- Бренд как механизм создания имиджа и положительного восприятия продукта
- Стимулирование сбыта - как улучшить результат

НОВЫЕ РЕШЕНИЯ НА КОНФЕРЕНЦИИ WORLD FOOD 2005:

- Панельные дискуссии и круглые столы с известными специалистами
- Мастер-классы ведущих экспертов и практиков по наиболее актуальным проблемам пищевой индустрии.
- Впервые в рамках конференции – день Италии (при содействии отдела по развитию торгового обмена посольства Италии (И.Ч.Е.) (Семинары с участием итальянских и российских специалистов и дегустация продукции ведущих производителей Италии)
- Впервые в рамках конференции – награждение лауреатов конкурса «Новинка Года» на лучший инновационный продукт, организованного в честь 75-летия журнала «Пищевая промышленность»

Ваше участие в конференции «World Food 2005» – это прекрасный способ узнать опыт специалистов-практиков, поделиться своим накопленным опытом и познакомиться с новыми партнерами!

Организатор:



Спонсор конференции:



Консалтинговую поддержку оказывают компании:



Качалов, Гольцблат и партнеры
Комплексный Маркетинг
Компания Решение для Реалистичных Продуктов

Информационная поддержка:



PalloGraff

Компания Гайд Спираль Гасагиония

Какой смысл заводить детей и не кормить их?

(О проблеме вендинга в школьном питании)

Вынесенный в заголовок вопрос можно дополнить продолжением "... или кормить неправильно?" Ясное дело, любой нормальный человек, в том числе и родитель, скажет, что, действительно, раз уж завели - надо кормить, причем лучше по всем канонам гиетологии. Так-то оно так, но вот на практике "возможны варианты".



Ирина Искандарова,
"Вендинг Бизнес"

В странах Запада и, в особенности, в Соединенных Штатах Америки на определенном этапе развития ... вендинга стали громко раздаваться возгласы о том, что автоматная торговля представляет угрозу здоровью нации, поскольку продает "нездоровые" пищевые продукты, внося тем самым вклад в ожирение нации. Более того, в школах Франции и Бельгии по схожим причинам вендинговая торговля вообще запрещена. При подобной постановке вопроса само существование отрасли ставится под удар. Этим объясняются нынешние масштабные программы американской вендинг-ассоциации по пропаганде здорового питания и принципиальной совместимости последнего с торговыми автоматами. В прошлых номерах мы уже упоминали о запущенной NAMA кампании "Баланс во имя здоровой жизни" (Balance for life) и, в частности, распространении видеофильма "Свежая пища для тех, кто спешит". Задачами этих акций являются борьба с предвзятым отношением общества к отрасли и информация о ее подлинных возможностях, проведение соответствующей разъяснительной работы, в том числе среди родителей, учителей, студентов и учащихся, поскольку учебные заведения - одна из основных и очевидных площадок развития вендингового бизнеса.

Резонно предположить, что с похожей проблемой вскоре предстоит столкнуться и отечественному вендингу, которому, скажем прямо, еще далеко до трепетного отношения к здоровью нации.

Особое место в связи с этим занимает автоматная торговля в школах, ведь пищевые при-

вычки закладываются еще в школьном возрасте. О всех российских городах нам судить трудно, а вот в московские школы несколько лет назад вендинг уже пришел. Подобно другим привлекательным для вендинга точкам установки автоматов, школы Москвы стали ареной столкновения интересов вендинговых компаний, вопросы здоровья детей - это то, что при этом может отступить на второй план.

Существует официальный документ Министерства здравоохранения РФ "Ассортимент и условия реализации пищевых продуктов, предназначенных для дополнительного питания учащихся образовательных учреждений" с перечислением конкретных продуктов, имеющихся на московском региональном рынке, и названиями предприятий-производителей.

В большинстве случаев эти рекомендации учитываются вендинговыми компаниями, присутствующими в московских школах. Однако это нельзя считать полноценным решением вопроса по следующим причинам. Во-первых, список продуктов, составленный в 2002 году, с изменением рынка устаревает и не учитывает всех достижений производителей "здоровых" продуктов, таких, которые не только сладки и потому привлекательны для детей, но и полезны. К последним можно отнести, например, разработанные компанией "АСВОМЕД" (Ассоциацией специалистов восстановительной медицины) батончики в яркой упаковке с сухофруктами с добавками микроэлементов и различных полезных веществ. Другой пример - упоминавшийся в статье о выставке "Детпит" (VB №3, 2005) специально разработанный проект компании "Тетра Пак" "Школьное молоко".

Вторая причина состоит в том, что даже вышеупомянутые рекомендации не всегда выполняются. Так, "натуральный кофе и другие продукты, содержащие кофеин" считаются в названном документе недопустимыми в школьном питании. Тем не менее в отдельных случаях в школах Москвы можно встретить и кофейные автоматы, установленные в общедоступных местах. Насколько можно считать "натуральным" данный растворимый кофе для вендинга - вопрос философский. К тому же для учителей (На автома-

те прикреплена табличка "Только для учителей") и для мерзнувших зимой в ожидании своих чаг родителей и такой автомат в конкретных реалиях нашей действительности можно считать благом. Но это явно не то, что отвечало бы интересам и потребностям школьников.

Как бы там ни было, школы, несмотря на длительные периоды каникул, остаются, как правило, коммерчески привлекательными для вендинговых фирм точками приложения их деятельности. И существует немало возможностей сделать так, чтобы это направление активности вендинг-фирм максимально отвечало нуждам потребителей.

По мнению Игоря Ширяева, пресс-секретаря компании "Русский проект" (одно из направлений ее деятельности - комплексный научно обоснованный подход к решению проблем школьного питания на примере школ Ярославля), "торговые автоматы в школах вполне уместны, так как интервалы между приемами горячей пищи у школьников достаточно продолжительны, и такая торговля может выполнять и социальную функцию, являясь дополнением к ежедневному рациону горячего питания, не покрывающему суточную потребность детского организма в белках, углеводах, жирах, витаминах. И наша компания готова включить вендинговые компании в свою программу".

В любом случае остаются открытыми вопросы к тем, кто занимается организацией школьного питания, основного и дополнительного:

- Как, применительно к конкретному региону, его экологическим и социально-экономическим особенностям и учитывая возрастные группы детей обеспечить правильный набор питатель-

ных веществ, обеспечиваемых продуктами, продаваемыми через вендинговые аппараты?

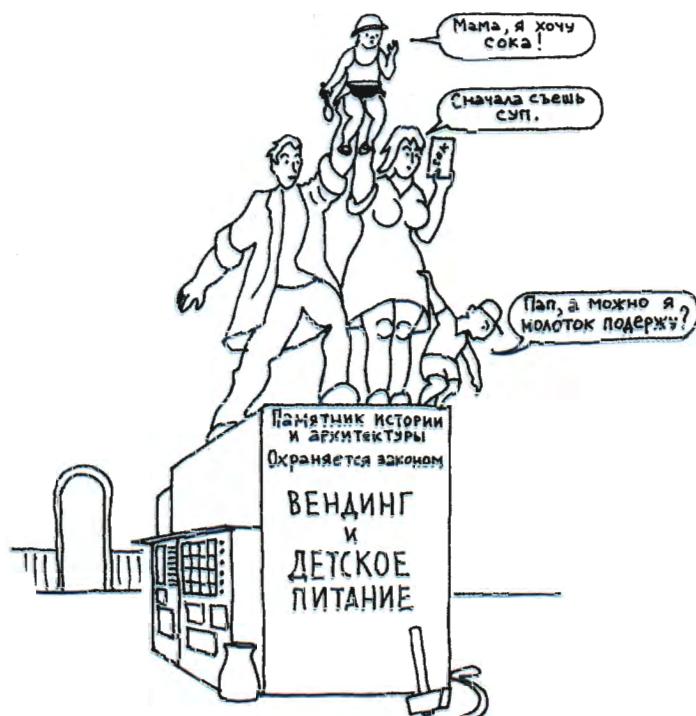
- Должны ли торговый автомат или продукты, реализуемые через него, быть доступны для школьников в течение всего дня?

- Кто должен воспитывать здоровые пищевые привычки школьников?

В США, например, с целью решения вопроса воспитания здоровых привычек детей школьного возраста предпринят следующий грамотный шаг. В рамках программы "Баланс ради здоровой жизни" Центром питания и здоровья при детском госпитале "Борден" (г. Коламбус) была создана система оценки продукции для вендинга "Умный снэк" (Snackwise). Система разработана таким образом, чтобы помочь молодым людям понять, в какой мере выбор того или иного продукта соответствует общесбалансированной диете. Для упрощения выбора используется маркировка продаваемых пищевых продуктов различными цветами в зависимости от рекомендуемой частоты потребления. Снэки, которые следует употреблять с умеренной частотой, помечены желтым цветом, рекомендуемые к потреблению только изредка - красным, а те, которыми можно "баловаться" сколь угодно часто, маркированы зеленым цветом.

В целом существуют большие возможности сделать

школьный вендинг не только не вредным, но и полезным для здоровья. Однако для этого требуются инициатива, добрая воля и совместные усилия ученых, властей, педагогов и представителей бизнеса. Возвращаясь к сказанному в первом абзаце, повторим, что для деятелей вендинга недооценивать проблему и думать исключительно о сиюминутной выгоде просто недальновидно.



На репетиции варианта реконструкции известного монумента

Размышления о подготовке специалистов вендинга. Откуда они берутся и куда уходят?

Глава 1. Задумались о диверсификации имеющегося бизнеса?

Вы путешествовали по миру, везде видели торговые автоматы и пользовались ими и понимаете, что в России пока еще мало аналогичных вендинговых сетей. У Вас рождается отличная бизнес-идея.

Вы привлекаете финансовые ресурсы, находите места для установок автоматов, уже заказали партию "вендингов" и понимаете, что Вам нужен персонал. Кто-то ведь должен загружать в автомат продукцию, проверять его работоспособность, снимать выручку.

Пора искать и учить персонал.

Глава 2. Где брать работников?

У Вас весьма амбициозные планы, Вы строите серьезную сеть автоматов. Вы убедительный переговорщик, и места, где ждут Ваши автоматы, просто великолепны. Вы купили совершенное оборудование, Вам нужны столь же совершенные люди.

И в этот момент Вы понимаете, что операторов вендинговых сетей на рынке рабочей силы нет. Их не учат в колледжах и институтах. Что делать? Где их брать? Ответ прост - учить самостоятельно; но почему и кого?

Чтобы понять, кто же Вам требуется, надо представить, какая у Вас строится сеть и насколько квалифицированный персонал Вам нужен.



Екатерина Полушкина,
коммерческий директор
ООО «Вендорус» (Москва)

В этом случае оператор даже может перемещаться между автоматами без автомобиля.

Сети типа 2, 3 и 5 требуют перемещений на машине и, соответственно, оператор становится и водителем. Кстати, мы знаем, что в некоторых компаниях езжат вместе водитель и оператор, но, по нашему мнению, такая работа неэффективна.

Сеть 4-го типа пока в России отсутствует. Причин две - высокая стоимость автоматов для мороженого при низкой цене собственно продукта и сложная система доставки, требующая машин с термоизоляцией. Но первые ласточки уже есть - один из низкотемпературных автоматов уже успешно работает в Москве.

Глава 3. Что мы хотим от операторов?

Требования просты: честность (он инкасирует выручку), обязательность (автомат не должен стоять без присмотра более 2-3-х суток), аккуратность (автомат, порученный оператору, всегда должен быть чистым и привлекательным).

Оператор должен быть технически грамотен и уметь настраивать автоматы. Он должен хорошо знать свой маршрут и уметь объезжать возникающие пробки, особенно если Вы работаете в Москве или Санкт-Петербурге.

Коротко: мы хотим от оператора высокой выручки с каж-



гого автомата, а все остальное должно этому способствовать.

Очень часто в качестве операторов приглашают на работу водителей, логика бывает проста - человек за рулем, город знает, автомат загрузить несложно. Но зачастую те, кто привык работать за рулем, не стремятся обучаться чему-то новому, да и привычка использовать Ваше транспортное средство в личных целях не способствует эффективной работе с сетью автоматов.

Глава 4. А кто учителя?

Большинство поставщиков оборудования заявляет о проводимом ими обучении обслуживанию и работе с автоматами. Нам сложно сказать, кто и как учит и чему. Можем рассказать, как учим мы.

Для начала немного истории о нашей сети. Мы установили 300 торговых автоматов, продающих соки, молоко, напитки в упаковке Tetra-Pak. Автоматы были от трех различных производителей, затем к сети добавились автоматы от Azkoen, кофейные и снековые. Попробовали работать и с автоматами Jofemar. Сейчас мы находимся на этапе замены нашей снековой сети на более удобные в обслуживании и более надежные автоматы Palma Holt Azkoen.

Таким образом, мы прошли все стадии подбора и обучения персонала на себе, в отличие от многих теоретиков от вендинга.

Мы понимаем, что опыт - это очень важно, но техника обновляется, появляются все более удобные в обслуживании, привлекательные внешне, гибко программируемые автоматы. Поэтому наши инженеры регулярно проходят тренинг-курсы в Испании на заводе нашего партнера Azkoen S.A. Это позволяет нам быстро осваивать новое оборудование и предлагать нашим клиентам не только адаптированные к российским реалиям автоматы, но и быстро обучать их (клиентов) всему новому.

Глава 5. Процесс обучения. Честности не научишь, а техническим навыкам - можно.

Чем более разнородная сеть по типам автоматов у Вас и чем более преклонного возраста Ваше оборудование, тем сложнее с ним работать и тем большая инженерная квалификация может потребоваться Вашим операторам. Или потребуется просто больше персонала - кроме операторов еще и инженеры, которые будут также регулярно обходить сеть и устранять неполадки в старых или морально устаревших машинах. Так что не ловитесь на дешевизну автоматов (например, second hand), экономия может выйти боком.

Кандидат в операторы проходит собеседование, на котором часто удается отсеять желающих не напрягаться на

работе или залезать в чужой карман. Далее оператор-стажер отправляется на маршрут вместе с оператором-инструктором. Задача стажера - наблюдать за работой инструктора, помогать в загрузке автоматов. После недели такой работы мы оцениваем, как стажер ведет себя, насколько обязателен и аккуратен.

Затем в качестве домашнего задания стажеру выдаются инструкции пользователя автомата. И только после их изучения наши инженеры начинают практический курс. Автоматы Azkoen отличаются тем, что настройка на продукты, установка дозировок, времени приготовления, давления, температуры может производиться двумя способами - с пульта или с ноутбука. Если Вы выбрали настройку с помощью ноутбука, то, настроив один автомат, Вы легко сможете скопировать эти настройки и на все остальные автоматы.

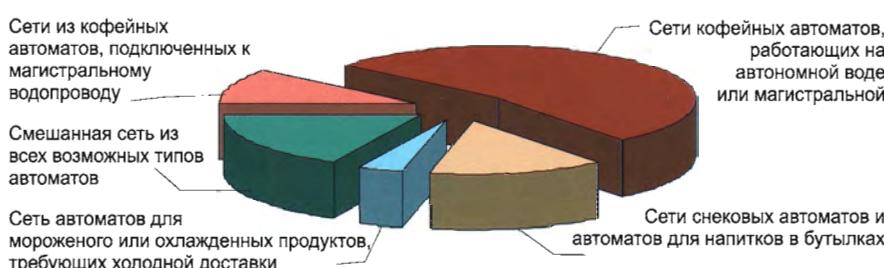
На этом этапе иногда приходится расставаться с наименее толковыми, но лучше это сделать сразу, чем потратить время и получить нерадивого сотрудника.

Обычно курс обучения состоит из трех дней, каждый из которых начинается с проверки полученных знаний и степени их усвоения стажером в предыдущий день.

В итоге оператор должен уметь:

- настроить автомат на различные виды ингредиентов,
- программировать цены на

Кто работает вендинг-операторами



автомате,

- промывать автомат,
- загружать продукты, стаканчики и мешалки,
- снимать статистику продаж.

После обучения стажер еще неделю ездит вместе с инструктором, который больше наблюдает за работой стажера. После этого стажеру выделяется маршрут, и он начинает самостоятельную работу.

Для операторов и инженеров, направляемых к нам нашими клиентами на переподготовку, мы проводим трехдневный курс, состоящий из трех блоков:

+ вводная часть - ознакомление с техническими особенностями автоматов,

+ практические навыки программирования и обслуживания автоматов,

+ ответы на вопросы и контроль знаний и навыков.

Мы планируем с августа текущего года начать выдавать прошедшем у нас обучение специалистам сертификаты о прослушанном курсе.

Глава 6. А хорошо ли работает Ваш оператор?

Каждый день оператор утром выезжает из офиса, загружает на складе продукцию и воду и отправляется по маршруту.

Мы, начиная бизнес, проводили замеры времени, необходимого для обслуживания каждого из автоматов. Результаты получили следующие:

- снековый автомат: полная загрузка - 20 минут,
- кофейный автомат: 30 минут,
- автомат для бутылок: 15 минут.

Чтобы доехать до автомата, в среднем требуется около 15 минут, но эта цифра сильно зависит от плотности разме-

щения автоматов и автомобильного трафика. Идеально, если автоматы устанавливаются в соседних зданиях или по несколько штук рядом.



Практически за 8-часовой рабочий день один оператор может обслужить 10-11 кофейных автоматов или около 14 снековых.

В среднем в день оператор объезжает 12 автоматов; учитывая необходимость посещать автомат раз в 2-3 дня, за каждым оператором можно закрепить 30-35 автоматов. Конечно же, если Вы установите 50 машин в одном здании, то их тоже может обслуживать один оператор.

Практический совет: если Ваш оператор привозит выручку меньше, чем 12000 рублей в день и жалуется, что плохо покупают кофе и шоколад, то на-



до серьезно проверять качество его работы.

Глава 7.**Хочет ли Ваш оператор работать?**

Вопрос отличный. Конечно же, свойственная всем людям лень,двигающая прогресс и развивающая цивилизацию, свойственна и операторам.

И тут мы обнаруживаем противоречие, связанное с тем, что нам-то надо победить операторскую лень. Мы предлагаем в качестве системы мотивации:

1. Базовую ставку заработной платы

2. Бонус, в виде процента от выручки, снятой с автоматов, которые он обслуживает

3. Премии

Таким образом, наши операторы отлично понимают, как заработать больше и от чего зависит их личный доход.

Глава 8.**Куда уходят операторы?**

Рынок вендинговых услуг в России молод, компаний еще не очень много и каждый из нас ищет свой путь не только в предложении услуг, но и в выстраивании системы отношений с персоналом, поиске наиболее удобной системы мотивации.

Не всегда все получается, ошибки бывают и в подборе персонала и в подготовке.

Мы стремимся создать для наших сотрудников условия для нормальной работы и предложить им перспективы роста.

Куда же могут уйти операторы?

В нашем случае предлагаются два пути:

• Внутри компании - переход на позиции инженеров сервиса или менеджеров по продажам

• Становиться индивидуальным предпринимателем и брать автоматы в аренду.

От редакции:

Строго говоря, существуют еще несколько вариантов перемещения специалиста. К ним относится не только уход на заслуженный отпуск, но и "поиск где глубже", направленный на повышение заработной платы, улучшение условий труда, получение всякого рода социальных льгот и т.п. Само по себе



стремление к благосостоянию - явление нормальное. Однако, можно понять и работодателя, который "вложился" в подготовку специалиста и вправе рассчитывать на взаимность, хотя бы в течение определенного срока. Вопрос достаточно серьезный, особенно в условиях кадрового голода.

Наш постоянный автор, Екатерина Полушкина, любезно поделилась опытом профессиональной подготовки кадров для вендинга. Но для того, чтобы начать кадры готовить, надо их сначала выбрать. Финансовый редактор американского журнала *Vending Times* Аллан Гилберт о проблемах рекрутинга знает не понаслышке. Свою первую операторскую компанию *New England Vending Corp.* он основал в г.Лоуэлл (штат Массачусетс) еще в 1959 г. Впоследствии он стал пионером в приложении современных принципов управления к вендингу. Полагаем, что его мнение о селекции персонала может оказаться небезынтересным, особенно для молодых руководителей - даже с учетом различия американских и отечественных реалий.

В подборе персонала унция профилактики может перевесить фунт лекарства

Когда я вспоминаю свои деловые удачи, мне приходит в голову выигранный тендер на установку автомата, благодарственное письмо от клиента, высоко оценившего работу наших сотрудников, а также случаи, когда приходилось поздравлять коллектив с достижением более высоких показателей, чем планировалось на отчетный месяц.

Если же говорить о черных днях, когда я сожалел о том, что занялся вендингом, то вспоминается заказное письмо, где сообщалось, что с нами разрывают контракт, поскольку сотрудник, обслуживавший маршрут, "плохо относится" к делу; история с менеджером, который уволился за шесть часов до запуска крупного проекта, связанного с общественным питанием; а также то, как мы ухлопали шесть недель, на-



Аллан З. Гилберт

таскивая нового водителя-сервисмена, после чего он решил, что не его это дело.

Пройдя через всевозможные ошибки, я убедился, что удовлетворение и прибыль, которые мы извлекаем из бизнеса, прямо пропорциональны времени, тщательности и усилиям,

которые мы посвящаем отбору и обучению людей, которые способны выполнять необходимую работу.

Хотя эта концепция звучит довольно просто, думаю, что слишком много операторов готовы потратить больше времени и сил выбору нового грузовика, чем подчиненного. Они считают, что имеют на это право, поскольку грузовик - вещь дорогая и приобретается надолго.

При всем уважении к этим операторам, хорошие сотрудники - гораздо большая ценность, чем любой грузовик. И при хорошем отношении они вполне могут прослужить дольше грузовика. И наоборот, ошибочно принятый на работу сотрудник может стать источником потерь, намного превышающих стоимость грузовика. Давайте оценим стоимость ре-

крутирования и обучения линейного водителя. Слишком много операторов полагают, что в случае ошибочного выбора они рискуют только зарплатой новичка. В этом они абсолютно неправы. Если приложить стоимость объявления о поиске работника, просмотра и собеседования, профориентирования и обучения (чем обычно занимается высококвалифицированный и высокооплачиваемый наставник), то получится сумма, раза в 3-4 больше заработной платы неудачного кандидата.

Конкретно, линейный водитель, который оказывается непригодным для работы после пяти-шестинедельного обучения, вполне может обойтись компании в десять тысяч долларов, а то и больше. Прибавьте сюда еще "упущенные возможности" наставника, который мог за это время работать с другими учениками.

Вообще говоря, потери могут на этом не кончиться. Что если новичок переживет период обучения, но потом по его вине будет упущена хорошая точка продажи, которая могла бы приносить доход, скажем, в 200 000 долларов в год? Что если он не только скажет контактному лицу клиента, куда ему следует идти, но и уточнит, что там следует делать? У меня как-то приключилась именно такая история; от подобного не гарантированы и вы.

К сожалению, нет готового рецепта, который гарантировал бы отсутствие ошибочных решений при приеме на работу. Такое возможно со всеми, поэтому нужно стараться, по крайней мере, учиться на ошибках. Бега, если единственным

вашим критерием при приеме сотрудника является то, что помочь вам нужна срочно, а единственным достоинством кандидата является способность приступить к работе немедленно.

Есть ряд приемов, которые может освоить даже самый мелкий оператор, желающий повысить эффективность селекции набираемого персонала. Пусть он не может позволить себе держать специального кадровика; зато он может позволить себе кадровую политику и

лем, потребуется умение направлять, чистить и испытывать торговые автоматы; собирать наличность и отвечать за нее и за инвентарь; определенные физические данные, в том числе сила; пунктуальность; понимание того, что иногда приходится работать в плохую погоду; некоторые навыки механика.

Кроме перечня задач, которые предстоит решать кандидату, необходимо оговорить и требования к личности кандидата. В их число могут входить лояльность, честность, уважительное отношение к людям и труду, определенный интеллект, контактность, коллективизм.

Короче говоря, следует стремиться к тому, чтобы перечень содержал все качества, необходимые для успешной работы в условиях, когда "клиент всегда прав".

Я знаю оператора, который требует, чтобы все вновь принятые на работу сотрудники подписывали такой перечень после ознакомления. По его мнению, это предотвращает возможные будущие дискуссии с работником, лишая его права утверждать: "А никто не говорил, что мне придется это делать!"



работоспособную процедуру. Посмотрим, как это может выглядеть на практике.

Перечень требований

Практика показывает, что прежде, чем вы попытаетесь принять кого-то на работу, полезно сформулировать в письменном виде, каким требованиям должен отвечать человек, занимающий этот пост. Кандидаты должны представлять, что от них требуется. И, что, пожалуй, еще важнее, вы сами это осознаете.

Возьмем, скажем, линейного водителя. От него, кроме способности управлять автомоби-

Анкета

Почти во всех магазинах канцелярских товаров имеются в продаже хорошие анкетные бланки. В них предусмотрены вопросы, отвечая на которые кандидат сообщает важные сведения о себе, причем в большинстве случаев эти анкеты составлены в соответствии с федеральным и местным законодательством, причем не направлены на какую-либо дискриминацию личности.

Они, однако, отличаются друг от друга по объему дополнительной информации, запрашиваемой у кандидата. Я имею в виду вопросы, затрагивающие перечень предыдущих мест работы с указанием адресов и дат поступления и увольнения, а также всякого рода хобби и личные интересы.

Вообще говоря, я предпочитаю, чтобы анкеты содержали побольше информации и побуждали давать максимум ответов в письменном виде. Помните, что Вы собираетесь принять важное решение, способное существенно повлиять на будущие деловые интересы компании. Чем больше Вы знаете о претенденте на должность, тем более обоснованным может быть решение. Даже такая деталь, как опрятность или ясность изложения в анкете, может сказать о многом. Неряшливая и небрежно заполненная анкета - и Вам уже почти все ясно.

В хорошей анкете найдется место для информации о прошлой работе и воинской службе, включая краткое описание трудовой деятельности и бывшего начальника на каждом посту. Все это может помочь Вам лучше оценить претендента, которому, кстати, следует подписать анкету.

Собеседование

Я убежден, что хорошо организовать собеседование с кандидатом - это своего рода искусство. Новички обычно пользуются

зуются им, чтобы перепроверить данные анкеты, причем, чтобы претенденту было проще, задают вопросы, на которые можно отвечать "Да" и "Нет".

Профессионалы же стремятся использовать все свои пять чувств, чтобы оценить личные качества претендента, не фигурирующие в анкете: честность, цельность характера, контактность, интеллект, ло-

работа, либо он не семи пядей во лбу.

Профессионалы не постыдятся задавать вопросы "открытого типа", которые заставляют претендента больше "открываться". Например, "Как Вам работалось у м-ра Смита в компании XYZ?" Или: "Почему Вы ушли из компании XYZ, у Вас были проблемы со Смитом?" Хороший интервьюер может таким образом извлечь из претендента практические все, что захочет. Помните, что собеседование - единственная возможность узнать об особенностях личности кандидата.

Многие компании считают, что собеседование следует проводить дважды, причем с разными интервьюерами. Идея неплохая, особенно если человека берут на должность, требующую специальных знаний — например, специалиста по холодильной технике или бухгалтера. К такой беседе можно привлечь руководителя службы эксплуатации или аудитора из специализированной фирмы.

Проверка биографических данных

Эта процедура жизненно важна, если оператор серьезно заинтересован в том, чтобы нанимать везунчиков и избегать неудачников. Многие операторы ошибочно полагают, что претендент не станет



яльность, этику, авторитетность и т.д. Причесан ли претендент? Подстрижены ли у него ногти, начищены ботинки? Чисто ли он выбрит, аккуратно ли одет? Мылся ли он в последнее время? Если на один из этих вопросов ответ отрицательный, значит либо претенденту не очень нужна эта

V Международный выставочный форум "МИР ТОРГОВЛИ"



Мероприятие, проходившее 15-17 июня 2005 г. в выставочном комплексе "Гостиный двор" (Москва), сумело вместить, как и положено настоящему форуму, много всего, "хорошего и разного". Во-первых, это, конечно, традиционная выставочная экспозиция, в состав которой входили 102 стенда, тематически охватывавших следующие вопросы (классификация организаторов):

1. Комплексная автоматизация торговли - 28 экспонентов.
2. Холодильное оборудование, вентиляция и кондиционирование - 13 компаний.
3. Торговая мебель и оборудование - 18 экспонентов.
4. Системы безопасности - 18 эксп.
5. Программное обеспечение - 28 эксп.
6. Оборудование для уличной торговли - 2 эксп.
7. Технологическое оборудование - 14 эксп.
8. Системы штрихкодирования и печати - 21 эксп.
9. Комплексное оснащение магазинов - 29 эксп.
10. Кассовое оборудование - 29 эксп.
11. Системы освещения - 7 эксп.
12. Складское оборудование - 13 эксп.
13. Кофемашины - 5 эксп.
14. Весовое оборудование - 23 эксп.
15. Проектирование и дизайн торгового зала, магазинов, предприятий общепита - 16 эксп.
16. Литература, обучение и повышение квалификации - 5 эксп.
17. Консалтинговые услуги - 14 эксп.
18. POS-материалы - 7 эксп.
19. Спецодежда - 2 эксп.
20. Франчайзинг торгового



«Венсонд» молча встречал всех у входа

предприятия - 3 эксп.

21. Банковское обслуживание - 3 эксп.

22. Производители, дистрибуторы, поставщики - 15 эксп.

23. Прочее - 4 эксп.

24. Пресса - 31 эксп.

25. Ярмарка вакансий - спецпроект - 7 эксп.

Тот факт, что сумма числа экспонентов в 3,5 раза превы-

шала число стендов, вовсе не значит, что экспоненты теснились за прилавками стендов, как жильцы в коммуналке; просто многие компании "засветились" в нескольких тематических направлениях.

Часть экспозиции была обособлена в виде так называемой "Эффективной модели торгового центра", устроители которой постарались так разместить и визуально оформить торговое оборудование, чтобы каждая ассортиментная группа товаров оптимальным образом воздействовала на ощущения и эмоции покупателя. Слово "эмоции" употреблено не случайно: по статистике, 80 % потребительских решений обусловлены эмоциями, а примерно 75 % принимаются непосредственно у полки или витрины с конкретным товаром.

Этой же тематике была посвящена конференция, проходившая в близрасположенном конференц-зале №1. Здесь обсуждались тенденции и концепции развития торговых центров, учет потоков посетителей, архитектурные и дизайнерские решения, вопросы управления и эксплуатации, работа с арендаторами и т.д. На следующий день здесь же проходила конференция "Собственная марка в торговле", где одним из докладчиков выступил Бернд Халлир, генеральный директор Европейского института торговли (статью профессора Халлира "Вендинг в Германии вчера и сегодня" можно было прочитать в №2 нашего журнала за этот год).

В зале №2 проходила другая международная конференция, "Франчайзинг как способ усиления позиций розничных компаний". За ней последовала Всероссийская конференция "Реги-



9-12
НОЯБРЯ

• УСК •
ОЛИМП
Приморский, 49
Тольятти

ПРОД
ДВИЖЕНИЕ

9-я специализированная
выставка

**ПРОДУКТЫ И НАПИТКИ
ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
УПАКОВКА, ЭТИКЕТКА**



AMERICAN PANORAMA



По страницам журнала Vending Times

• Компания **Coinstar**, оператор 11 000 киосков самообслуживания по автоматическому счету разменной монеты, предлагает своим клиентам, начиная с весны этого года, возможность приобретать бонусные карты крупных национальных розничных торговых сетей и гипермаркетов. Предполагается, что таким образом удастся убедить американцев пустить в обращение около 10 млрд долларов, осевших мертвым грузом в виде мелочи в их кошельках и карманах. В прошлом году компания приобрела фирму **American Coin Merchandising Inc.**, оператора национального масштаба, эксплуатирующего более 167 000 автоматов для торговли и развлечений, установленных на 18 000 точек.

СРОЧНО ТРЕБУЮТСЯ
100 (сто) вагонов
для перевозки мелочи
Компания Coinstar



• Фирма **J&J Snack Foods Corp.** расширила ассортимент реализуемых ей в США и Канаде замороженных напитков в тюбиках по 118 мл за счет четырех вариантов "Фанты" (апельсиновая, ананасная, клубничная и виноградная). В рамках сотрудничества с компаниями **Coca-Cola** и **Minute Maid**, **J&J Snack Foods** производит и продает тюбики с замороженными напитками от пива до ванильного мороженого, включая их смеси.

• Фирма **Krups**, ведущий производитель домашних кофеварок, входящая в состав группы **SEB**, провела опрос 2500 мужчин и женщин, проживающих в различных регионах США, который позволил сделать следующие выводы. Уровень жизни любителей кофе эспрессо заметно выше, чем у тех, кто предпочитает "обычный" кофе; 63 % любителей эспрессо зарабатывают в год свыше \$60 000. Соотношение мужчин и женщин среди них примерно 1:1, 74 % старше 35 лет.

30 % американцев выпивают в день 3-5 чашек кофе; самое высокое душевое потребление приходится на долю жителей Чикаго и Далласа, самое низкое (несколько неожиданно) - Нью-Йорка. Половина американцев выпивает 1-2 чашки в день; 46 % пристрастились к кофе подростками (до 20 лет). Любопытно, что каждый пятый житель Майами начал пить кофе, когда ему (ей) не было еще 13 лет.



Три четверти потребляющих кофе пьют его только по утрам, почти все остальные - с утра до вечера. На вопрос, от какого пристрастия им было бы труднее всего отказаться, 48,6% респондентов назвали утренний кофе, 15,7% - десерт, 12% - коктейль после работы.

Третью любителей кофе предпочитает пить его с молоком и сахаром, четверть - просто черным. Отвечая на вопрос: "С кем бы Вам больше всего хотелось попить кофе?", большинство женщин называли Брэда Питта; мужчины все больше склонялись к обществу Шэрон Стоун.

• Издательство **Packaged Facts** опубликовало обзор "Американский рынок потребителей старше 55 лет". Важность исследования связана с ростом продолжительности жизни населения США и определенной трансформацией образа жизни пожилых американцев.

Согласно данным исследования, люди от 65 до 74 лет тратят на домашнее питание 8,9% своего бюджета, 75 и старше - 9,2%; средняя цифра для американца - около 7,6%. Это подчеркивает важность для пищевой промышленности учета потребностей старшей возрастной категории, насчитывающей 64 млн человек с общей годовой покупательной способностью 2,4 триллиона долларов; из них на домашнее питание они тратят более 101 млрд.

На образ жизни пожилых людей существенно влияет их занятость. Те, кто перешагнул 60-летний рубеж, но продолжает работать, ближе по своим привычкам к тем, кто на 5-10 лет их моложе, чем к пенсионерам (покупки в кредит, ипотека, страховка).

• По данным компании **Professional Vending Consultants**, для отрасли автоматизированной торговли в США становятся все более характерными слияния и поглощения вендинговых компаний, между ними обостряется конкуренция. Среди причин этого называются следующие:

1. Сокращается число фирм производственно-го типа, бывших до недавнего времени надежной базой вендинга, поставлявших ему значительную долю потребителей.

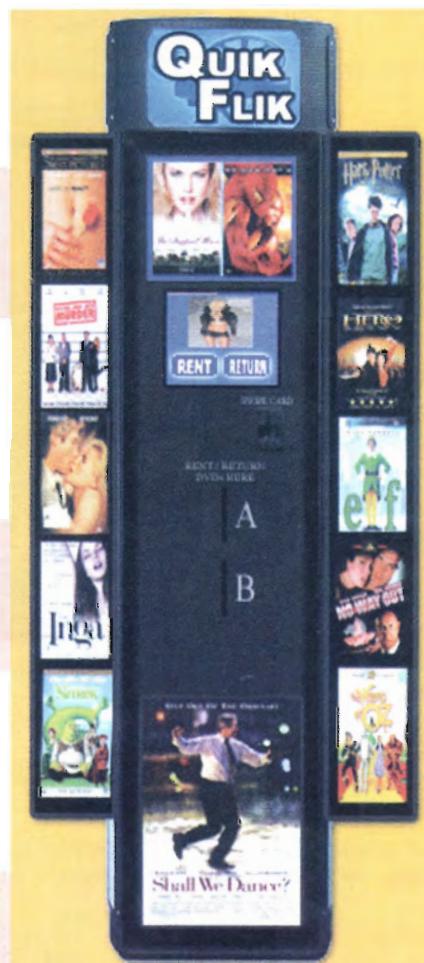
2. Техническое совершенствование автоматов делает их все более дорогими и менее доступными для мелких операторов.

3. Растут эксплуатационные расходы за счет повышения зарплаты персонала, удорожания топлива, транспорта, налогов.

На вопрос, что делать в условиях обострения конкуренции, многие и отвечают: съесть конкурента. При этом, конечно, важно поглотить именно того, кого надо, по той цене, что надо, и не забыть, что поглощение отнюдь не снимает вопроса об инвестициях на развитие. Так что, может быть, лучше самому продаться?

По мнению ряда экспертов, не следует недооценивать и старения операторов, особенно в секторе развлечений; средний возраст их ближе скорее к 55 годам, чем к 35. Нужны новые идеи, готовность инвестировать, определенная смелость. Нужно знание интересов и вкусов клиентов, особенно молодых.

- Каждую неделю в США покупают или берут на прокат свыше 50 мил. DVD. За прошлый год доходы от проката DVD выросли более, чем вдвое (на 115%). На фото - киоск автоматического проката *Quick Flik* на 150 DVD (масса 70 кг).



• Американские воры - потрошители автоматов становятся все изощреннее. Если раньше типичным представителем этой "профессии" был импульсивный подросток с кирпичом, то грабитель нынешний берет "на дело" электроинструмент, который включает в ту же розетку, что и автомат, отключив последний. Участились слу-чаи, когда ме-ханические ав-томаты (*Bulk vendors*) гру-зят целиком в машину, кото-

рые не стесняются подгонять к довольно солидным учреждениям.

ПРОДАЕТСЯ...

Продается разработка нового торгового автомата для продажи карт экспресс-оплаты.

Цена: \$ 25 000.

В цену входит:

1. Конструкторская документация на «железо».
2. Опытный и производственный образцы.
3. Гарантированные каналы поставки электронных комплектующих (контроллер, двигатель, купюроприемник и т.д.).
4. Технология на «железную» часть и сборку автоматов, разработанная под существующее производство.
5. Консультации в процессе передачи разработки.
6. Себестоимость автомата \$1500 — 1700, рекомендованная цена на продажу — \$ 2500.

Технические характеристики:

1. Количество спиральных механизмов выдачи — 6.

2. Количество карточек каждого вида (в целлофановой упаковке или без) — 30.

3. Габариты автомата, мм: высота — 820, ширина — 440, глубина — 160-240.

4. Масса автомата, кг — не более 40.

5. Электропитание — сеть 220 В, 50 Гц.

6. Потребляемая электрическая мощность, Вт — не более 35.

7. Автомат снабжен купюроприемным механизмом на номиналы от 10 до 1000 руб.

8. На лицевой панели расположены буквенно-цифровой дисплей, имеющий четыре строки по двадцать символов. Высота букв дисплея — 5 мм; кроме индикации сообщений покупателю и оператору, обслуживающему автомат, дисплей может выполнять рекламные функции — бегущая строка и т.д. Рекламные сообщения вводятся в память дисплея с ПК или ноутбука владельцем автомата.

9. Выбор товара осуществляется кнопками с подсветкой, информирующей покупателя о наличии требуемой карточки. Образец карточки или ее изображение устанавливается в прозрачной витрине, расположенной рядом с кнопкой выбора.

10. Автомат производит в режиме реального времени учет количества карточек, проданных из каждого механизма,

и принятых денег с возможностью получения отчетной информации за требуемый временной интервал работы.

Вся информация сохраняется в фискальной памяти не менее 10 лет.

11. Предусмотрено несколько уровней доступа к информации, хранящейся в фискальной памяти, по соответствующим кодам доступа, в том числе с ПК.

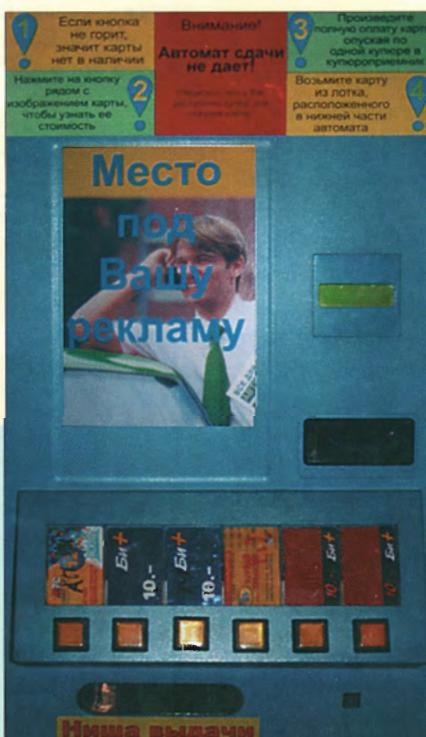
12. В автомате аппаратно и программно предусмотрена возможность последующего расширения функций, например, связь с удаленным офисом для обмена требуемой информацией о наличии карточек в автомате и т.д.

13. Имеется возможность размещения печатной рекламы на лицевой

панели автомата.

14. Исполнение автомата — настенное или напольное.

15. Автомат прост в обслуживании. Навыки работы можно получить в течение часа; вся информация, в том числе и подсказки покупателю и оператору, индицируется на дисплей.



В 2004—2005 гг. изготовлено 20 автоматов данной разработки, которые эксплуатируются в России (г. Орел) и Украине (г. Киев). Проектные характеристики подтверждены.

Справки — в редакции журнала, тел./факс: 210 2130, 913 4118

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

Издается с марта 2004 года. Тираж 1 000 экз.

Журнал распространяется в большинстве регионов России и в Украине.

127422, Москва, ул. Костякова, д. 12. офис 50. т/ф: (095) 210-21-30, 913-41-18.

E-mail: info@vendingbusiness.ru, www.vendingbusiness.ru

БЛАНК-ЗАКАЗ

На размещение модульной рекламы в журнале «Vending business. Автоматы для торговли, услуг, развлечений» на конец 2005 - на начало 2006 г.г. (составьте график своих публикаций, поставив знак X в соответствующей ячейке, и отправьте бланк в редакцию).

	2005				2006					
	сент.	окт.	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
A4 — 450 евро										
1/2 А4 — 250 евро										
1/4 А4 — 150 евро										
1/8 А4 — 80 евро										

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

Название фирмы (организации) _____
 Телефон/факс: (_____) _____ E-mail: _____
 Контактное лицо (ФИО) _____

Уважаемые читатели!

Наш журнал вы можете приобрести непосредственно в редакции, по адресу:
ул. Костякова, 12, оф.50 (проезд до ст. м. Тимирязевская, см. сайт),
либо оформить заказ по тел./факсу (095) 210-21-30
или по электронной почте: info@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).

Стоимость 1 экз. журнала, руб.

При покупке в редакции	С доставкой в РФ	С доставкой в СНГ	С доставкой в Дальнем зарубежье
150	185	210	230

Банковские реквизиты:

ЗАО «Энерготранскомплект»
 ИНН/КПП 7726063807/772601001
 р/с 40702810900100000831 в ОАО «МИнБ» г. Москва
 БИК 044525600
 к/с 30101810300000000600
 Код по ОКОНХ 71500
 Код по ОКПО 26119069

Вниманию рекламодателей

1. Стоимость размещения рекламных материалов

- На внутренних страницах
- Без учета НДС

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

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

• На обложках:

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

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

2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.

- Подача материалов в редакцию осуществляется не позднее, чем за месяц до выхода соответствующего номера.
- Текстовой материал принимается в Word (rtf), Excel.
- Иллюстрации, фотографии — в электронном виде (CMYK, разрешение не ниже 300 dpi); допустимо предоставление качественных фотоотпечатков и слайдов.
- Макеты рекламы принимаются в следующих программах:

Photoshop 5.0–7.0. Файлы в формате TIFF, CMYK, 300 dpi.
(Для внесения корректуры в рекламу редакцией — файлы в формате PSD, слои «не слиты»).

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

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

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

• Формат модуля:

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

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

В номере упомянуты фирмы

(в скобках указаны номера страниц)

- Авалон-видео (18)
Автобар (6)
Автоматические транзакции (17)
Автоматторг 3 (17)
Алтай, конг. ф-ка (8)
Альфа-Банк (8)
Арес-компани (8)
АСВОМЕД (34)
Атакент-Экспо (Об-3)
Аутомейтиг Сервисиз (6)
Валео (1, 6, 10, 21)
Венда (Об-1, 6, Об-4)
Вендекс-Центр (8, 9)
Вендорус (6, 36)
Внешторгбанк (26)
Джусмастер (9)
Европейский институт торговли (7)
Золотые купола, фабрика (1, 24-25)
Игротехника (17)
Искра, СКБ ВТ (22)
Камская конг. ф-ка (8)
Кельимессе (3)
КоммПласс (6)
Лекорант (31)
ЛЭНД (9)
Магазин для магазинов (9)
Мессе Дюссельдорф (Об-2)
Мир игр, ассоциация (16)
Мистерия Вендинг
Машинз (6)
Нестле (3, 6, 8, 14)
Олекс Холдинг-М (9)
Премакс (6)
Профессиональные торговые автоматы (19)
РосБизнесГрупп (9)
Россия, самарская конг. ф-ка (8)
Русский проект (9, 35)
Сиба-Вендинг (6)
Стиль-ABC (17)
Темпа Пак (34)
Формтрейд (6, 16)
Фотокоски.Ру (9)
Экспо-Парк (Об-2)
Экспо-Тольятти (43)
Экспресспрогсервис (1, 6, 24-25)
- American Coin Merchandising Inc. (44)
AMTechnology Group (28)
AVA (Брит.-ирланд. Ас-сия автомат. торговли) (10)
Azkoyen S.A. (37)
Barry Callebeaut (3)
Bravilor Bonamat (14)
Brita (3)
Cadbury (14)
Cash Code Co. (16, 17)
Coca-Cola (3, 6, 8, 29, 44)
Coin Co. Money Controls (15, 28-29)
Coges (3)
Coinstar (44)
Comestero Group (9)
Crane Merchandising Systems (3, 12)
Cummins-Allison Ltd. (14)
CUSTOM (23)
De Amertek (3)
EPSON (23)
Etna (11)
EVA (30)
FAS International (3)
ICS (1, 10, 21)
ICT (15)
ITE LLC Moscow (32-33)
GPT (16)
Gerhardt (14)
Huhtamaki Alf (3)
J&J Snack Foods Corp. (44)
Jacob Gerhardt (3)
JCM (16)
Kraft Foods (3, 14)
Krups (44)
Masterfoods (3, 14)
MEI (Mars Electronics) (28)
MEICA Ammerlandische (3)
Minute Made (44)
Money Controls (17)
N&W Global Vending (3)
NAMA (34)
National Rejectors (3)
Necta Vending Solutions (9)
Nespresso (8)
New England Vending Corp. (39)
NRI (15, 16, 28)
Packaged Facts (45)
Professional Vending Consultants (45)
Prontofoods (9)
Rheavendors (3, 11)
Saeco (3, 19)
Samsung Gwang Ju Electronics, Ltd (Об-1)
SEB (44)
Selecta (14)
Servomat Steigler (3)
Sielaf (3)
S.M.Coin (31)
Sunmagic (15)
Tedeco-Gizeh (15)
Thales e-transaction (3)
Trautwein SB-Technik (3)
Unilever Bestfoods (3)
Velzena (3)
Vending Control (3)
Vending Times (39, 44)
Vend Island Plus (17)
VendLand (28)
Vendo (3, 12)
Videosystem s.r.l (18)
Sinalco (3)

VI КАЗАХСТАНСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

РАЗВЛЕЧЕНИЯ и ОТДЫХ



ALR'2006



ALR'2006



АЛМАТЫ, КАЗАХСТАН

КЦДС "АТАКЕНТ"

2006

АПРЕЛЬ

ALR'2006



2006

ОРГАНИЗАТОР:



ATAKENT-EXPO

МВК "Атакент-Экспо"
Республика Казахстан

050057 г. Алматы, ул. Тимирязева, 42
тел./факс:(3272) 582535, 751357, 747926, 582959
e-mail:expo@netel.kz http://www.exhibitions.kz

Продажа стаканов и расходных материалов для торговых автоматов

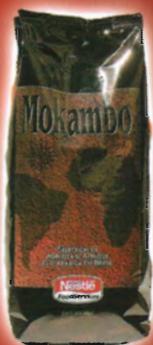
Кофе Nescafe Espresso изготовлен из отборных зёрен 100% арабики сильной обжарки



Элитный кофе Nescafe Restretto с изысканным ароматом и вкусом



Кофе с крепким вкусом, богатым ароматом и уникальным сочетанием зёрен Арабики и Робусты



Оригинальный кофейный коктейль с тонким вкусом ванили



Изумительный напиток с насыщенным вкусом шоколада



Душистый лимонный чай, тонизирующий бодрящий



Обезжиренное сухое молоко Nestle
Только с этим продуктом можно приготовить капучино с густой молочной пенкой



Компания ООО "Венда"

г.Москва 117335 Ленинский пр-т д.158 ТГК "Салют"
Тел: +7 (095) 721 23 94 • Тел/Факс: +7 (095) 721 23 93