



2005/#5

VENDING BUSINESS

автоматы для торговли, услуг, развлечений

www.siba-vending.ru



Беседу с
ген. директором
компании читайте
на стр. 39



СИБА-Вендинг



VENDORUS

G R O U P

www.azkoyenrus.ru
www.vendorus.ru



Уважаемые читатели!

Считаем необходимым сразу же поставить Вас в известность: официальная регистрация Национальной ассоциации автоматизированной торговли состоялась. Об этом было объявлено на проходившем 5 октября собрании учредителей НААТ. Собрание выбрало руководящие органы Ассоциации в лице Президента Леонида Пеккера и Исполнительного директора Татьяны Рыжковой. У новорожденной структуры имеется уже и правление, и даже вице-президент, которым стал Егор Спиваковский. В самое ближайшее время планируется максимально широко ознакомить вендинг-общественность с этическим кодексом ассоциации и программой действий на ближайший год, чтобы те, кто рассматривает для себя вопрос о возможном вступлении в ассоциацию, могли решить его абсолютно сознательно. Одновременно читатели будут ознакомлены с учредительными документами и правилами вступления в ассоциацию. На собрании было подчеркнуто, что одной из первоочередных задач НААТ считает укрепление правовой базы, в соответствии с которой будет существовать и развиваться ответственная автоматизированная торговля.

В этом номере Вашему вниманию предлагают материалы о последних выставках, включая одну из ведущих международных отраслевых экспозиций - Eu'Vend 2005, прошедшую во второй половине сентября в Кельне. Надеемся, что небезынтересны Вам будут и статья о платежных системах, продолжающая объявленный ранее цикл, и попытка сопоставить реальную стоимость различных автоматов с учетом не только продажной цены, но и эксплуатационных расходов, а также ряд материалов о вендинге за рубежом.

В следующем номере мы, кроме традиционных рубрик, планируем начать обсуждение вопросов, связанных с налогообложением автоматизированной торговли. Так что следите за публикациями.

В следующем номере мы, кроме традиционных рубрик, планируем начать обсуждение вопросов, связанных с налогообложением автоматизированной торговли. Так что следите за публикациями.



С. П. Юрханов
Издатель



И. Л. Зотов
Главный редактор

Dear readers!

We feel it necessary to inform you that the official registration of the National vending association has taken place. It was announced at the meeting of NVA founders on October 5. The meeting electing the guiding organs personified by Leonid Pekker - the President and Tatyana Ryzhkova - the Executive Director. The newly born structure has already get its ruling Board and even its vice-president (Egor Spivakovsky). In the nearest time it is planned to acquaint the vending community as broadly, as possible, with its Code of Conduct and the program for the coming year in order that those who are considering the possibility to enter the association could make the decision most deliberately. At the same time the readers will be able to read the constituent documents and the rules of joining the association. The meeting stressed that one of the priorities will be to consolidate and improve the legal base for existence and development of the Russian

vending industry.

This issue presents to your attention information about the last exhibitions, including one of the leading international specialized trade fairs - the Eu'Vend, which took place at Cologne in the second half of September. We also hope that you'll feel interested also in the article about the payment systems continuing the topic announced before, as well as in the attempt to compare the real costs of various vending machines, taking into account not only the price they were sold, but also their operation costs. Don't miss also the materials about vending abroad and at home. In the next issue, in addition to the traditional topics, we are planning to discuss the problems of taxing the vending business. So please watch and follow the publications.

ОТ ИЗДАТЕЛЕЙ

ОТ ИЗДАТЕЛЕЙ

ОТ ИЗДАТЕЛЕЙ

ОТ ИЗДАТЕЛЕЙ

EDITORIAL

EDITORIAL

EDITORIAL

EDITORIAL

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

Информационно-рекламный журнал

Издается с марта 2004 г.

Москва

Учредитель:

ЗАО «Энерготранскомплект»

Издатель:

С. Р. Юрханов

Главный редактор:

И. Л. Зотов

Редакционный совет:

А. И. Баранник

О. П. Волков

А. Ф. Ким

А. Е. Крылов

И. Ю. Лунин

А. В. Майсов

Е. В. Полушина

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

editor-vending@mail.ru

www.vendingbusiness.ru

Макет, художественное

оформление, компьютерная

верстка: А. Р. Рогозин

Отпечатано в типографии

«Пол-сервис»

Тираж: 1500 экз.

Ответственность за содержание

реклам и объявлений несет

рекламодатель

При перепечатке ссылка на

издание обязательна

© ЗАО «Энерготранскомплект»

Зарегистрирован Министерством

РФ по делам печати,

телерадиовещания и средств

массовых коммуникаций

12 февраля 2004 г.

Свидетельство о регистрации

СМИ ПИ№ 77-17388

1 От издателей

3 Выставки

Репортаж

с Международной

выставки торговых

автоматов Eu'Vend

14

Hotel Expo 2005

Equip Hotel

18

Платежные системы

А.Майсов, Р.Подлесный

Платежные системы:

кто главный?

24

Ингредиенты

ICS/Valeo

Пицца богов - шоколад

26

В Европейской вендинг-

ассоциации

Евроновости

27

Этический кодекс EVA

28

Проблемы отрасли

Е.Полушина

Сравнительный

анализ затрат

на эксплуатацию

различных кофейных

автоматов

35

Как накормить

миллион детей

и уложиться

в 3 миллиарда

36

Корейские хроники

Дешево, разнообразно

и чисто

39

Лицо фирмы

СИБА-Вендинг - 6 лет

на рынке автоматной

торговли

43

Проблемы отрасли

И.Зотов

Так что там,

в Турции?

1

Editorial

3

Exhibitions

Report from

the international trade fair

for the Vending Industry

Eu'Vend

14

Hotel Expo 2005

Equip Hotel

18

Payment systems

A.Maisov, R.Podlesny

Payment systems:

who is the master?

24

Ingredients

ICS/Valeo

Chocolate: food

of the gods

26

At the European Vending

Association

Euronews

27

EVA Code of Conduct

28

Problems of the Branch

E.Polushina

Comparative analysis

of expenses on service

of different types

of coffee vending

machines

35

How to feed

million kids

keeping within 3 billions

36

Korean chronicles

Inexpensive, diverse

and clear

39

Facing the company

SIBA-Vending - 6 years

at the market

of automatic trade

43

Problems of the branch

I.Zotov

So what's over there,

in Turkey?



Репортаж с Международной выставки торговых автоматов



Report from the international trade fair for the Vending Industry

Игорь Зотов, "Вендинг бизнес"

Igor Zotov, Vending Business

Итак, Вторая выставка-ярмарка торговых автоматов **Eu'Vend** состоялась. С 15 по 17 сентября на улицах Кельна можно было встретить людей, на груди которых красовались выставочные бэджи на пронзительно-голубых (почти Андреевских) лентах. Это, как нетрудно догадаться, были экспоненты и посетители выставки, а также слетевшие туда представители СМИ (преимущественно печатных). Сегодня подведены уже первоначальные итоги, с которых мы и начнем. Но для начала маленькое "изыскание" из области прикладной лингвистики: как назвать выставку по-русски? Нетрудно догадаться, что "Eu" - это аббревиатура от слова "Europe" (Европа). Беда в том, что немцы склонны произносить первый слог этого названия как "ой", а ангlosаксы - как "ю"; и то, и другое для русского слуха мало приспособлено. По-видимому, на письме правильнее всего пользоваться латиницей, а в устной речи понятнее прозвучит название "Евровэнд". Но это все, как говорится, детали.

Вернемся к итогам. В выставке приняло участие 203 компании-экспонента из 18 стран (для сравнения: в 2003 г. эти цифры составили соответственно 178 и 13). Посетили выставку 4200 гостей из 56 стран. 38% из них прибыли из-за пределов Германии. В первую очередь это были специалисты из Голландии, Австрии, Швейцарии, Бельгии, Франции, Италии и Англии. Однако по данным организаторов ощутимо было присутствие Восточной Европы, особенно России,

So the Second vending trade fair **Eu'Vend** has been held. On 15-17th of October in the streets of Cologne, it was possible to come across people with exhibition badges hanging on piercingly blue ribbons (like those used with St. Andrew's order in Russia). It was easy to guess they were the exhibitors and the guests of the fair, plus representatives of mass-media (mainly printed) who also congregated there. Today primary results have already been summarized, so we'll start with these. But before it a small applied linguistic research if necessary: how the Russians should call the fair? Of course "Eu" is the abbreviated "Europe". The problem is the Germans tend to pronounce the first syllable as [oi], and the English as [ju:]. The ears of Russians are not adapted to the both, so it seems wise to write the title in Latin letters, and to pronounce it as "Eurovend", that sounds more natural. But these, of course, are trifles.

Now let's come back to the results. 203 exhibitor companies from 18 countries took place in the fair (compare to correspondingly 178 and 13 in 2003). 4200 guests from 56 countries attended it. 38% of them came from beyond Germany. First of all they were from the Netherlands, Austria, Switzerland, Belgium, France, Italy and UK. But according to the organizers' data presence of East Europe was quite perceptible, especially Russia, Slovenia and Bulgaria. It was also possible to find experts from Israel, Emirates, Thailand, Japan, Singapore, USA and Argentina. At the same time it was clear that the face

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

Словении и Болгарии. Были замечены и специалисты из таких стран, как Израиль, Эмираты, Тайланд, Япония, Сингапур, США и Аргентина. Вместе с тем ясно, что в первую очередь лицо выставки определялось участием хозяев - немецких компаний. Подобным образом обстоит дело во всем мире. Отсюда следует практический вывод: чтобы ознакомиться с достижениями региона, лучше всего посетить выставку, проходящую в одной из стран, в него входящих. Речь при этом не идет, разумеется, о специализированных национальных выставках за рубежом. Среди участников немцы составляли почти такой же процент (64%), как среди посетителей. Далее по количеству участников шли: Италия (8%), Голландия (4%), Австрия, Англия и Швейцария (по 3%), Бельгия (2%), Франция (1,5%), США и Дания (по 1%). По одному участнику прислали Чехия, Швеция, Япония, Канада, Израиль, Венгрия, Испания и Словения. Как всегда, эта статистика не учитывает многонациональных корпораций, а часть компаний из других стран "маскируют" их филиалы в ФРГ, в результате чего в ряды "немецких" фирм попадает и испанский **Azkoyen**, и швейцарская **Nestle**, и итальянская **Luigi Lavazza**, и финская **Huhtamaki**.

Если встать лицом к Рейнскому (южному) входу комплекса "Кельнmesse", где в павильоне №1 проходила выставка **Eu'Vend**, может показаться, что за два года, прошедшие с предыдущей выставки, здесь ничего не изменилось. Так же выглядит корпус из красного кирпича в стиле промышленной революции. Так же красуются перед ним деревья и кустарники, окружающие фонтан. Так же охраняют железнодорожный

of the fair was mainly determined by the hosts' (German companies) taking part in it. The situation is the same all around the world. A practical conclusion can be done from this: to get a first-hand view of the region achievements one should better visit a fair held within it (we do not mean here specialized fairs held outside the country-organizer).

The percentage of Germans among the participants (64%) was nearly the same as among the visitors. Then came Italy (8%), Holland (4%), Austria, UK and Switzerland (3% each), Belgium (2%), France (1,5%), US and Denmark (1% each). Czechia, Sweden, Japan, Canada, Israel, Hungary, Spain and Slovenia were represented by a single exhibitor each. As usual, this statistics doesn't take into account the effect of multinationals, and some companies from abroad are "disguised" by their German subsidiaries; the result was

that Spanish **Azkoyen**, Swiss **Nestle**, Italian **Luigi Lavazza**, and Finnish **Huhtamaki** looked as if they were German.



Организаторы выставки в день открытия. Слева направо: Вольфганг Кранц, исполнительный директор Кельнmesse; Петер Гротхуэс, директор продовольственных выставок; Норберт Монсен, исполнительный директор BDV.

Fair organizers at the opening day. Left to right: Wolfgang Kranz, Koelnmesse executive vice president; Peter Grothues, food fairs director; Norbert Monssen, BDV executive director.



мост четыре бронзовых всадника из династии Гогенцоллернов и балансирует над пучиной Рейна смешной человек, сваренный каким-то умельцем из подручных материалов. Однако, если повернуться лицом к путям, можно увидеть, что скоростной "Интерсити-экспресс" (до 300 км/час) тормозит на платформе "Кельнmesse-Дойц", прежде, чем промчаться к Центральному вокзалу. За счет этого дальние пассажиры, следующие на выставку, могут сэкономить заметное время. А дальше, за путями, вырос сверкающий цилиндр небоскреба бизнес-центра. Можно увидеть много нового и на территории Мессе, где возводятся новые павильоны - в дополнение к десяткам существовавшим ранее. Отсюда же высоко над Рейном - на несколько десятков метров выше моста "Цообрюкке" - повисла канатная дорога, ведущая к зоопарку. Вообще надо признать, что в городе-миллионнике стройки идут практически во всех районах. Небольшой штрих: из миллиона жителей почти 20% - не немцы.

А теперь от внешних, так сказать, параметров перейдем к внутренним - к содержанию экспозиции. Согласно разъяснениям организаторов выставки (компания **Koelnmesse** и **BDV** - Германская ассоциация производителей торговых автоматов), они старались сделать акцент на перспективных направлениях развития вендинга, к каковым относят следующие:

- Системы дистанционной передачи данных от автоматов и к ним, позволяющие, в частности, снизить эксплуатационные расходы
- Дизайн автоматов, максимально "дружелюбный" по отношению к клиенту
- Системы безналичной оплаты предоставляемых автоматами товаров и услуг
- Расширение ассортимента товаров и услуг

Перед открытием пресс-релизы обещали также некие сюрпризы ("специальные визуальные шоу"), тематически связанные с проблемами здравоохранения и общественного питания. Что из этого получилось - расскажем позднее. А сейчас поговорим о конкретных новинках, представленных на выставке, опираясь на личные впечатления и информацию, предоставленную участниками выставки.

Итак, по существу. Первое, что бросается в глаза, это довольно высокий средний уровень

If one faced the Rhein (South) entrance of **Koelnmesse** complex, where Eu'Vend 2003 took place two years before, he could have an impression nothing has changed since that date. The red brick building (in the style of the Industrial Revolution) looks practically the same, as well as the trees and the bushes surrounding the fountain. Just as before the four bronze horsemen from the Hohenzollern dynasty are guarding the railway bridge and a funny little man welded using materials at hand is still balancing over the abyss. But if you turn your face to the track you'll see the high-speed InterCity Express (up to 300 kph) brakes at the "Koelnmesse-Deutz" platform, before slipping to the Central Railway Station. This allows the long-distance passengers to save some sensible time. A farther, beyond the track, a sparkling cylinder of a skyscraper business centre has grown up. It is possible to see a lot of new at Messe territory, where some new pavilions are being built in addition to a dozen existing before. A cable-way several dozen metres higher than the Zoobruecke brig, high up over Rhein leads from the Messe to the Zoo. It must be admitted that quite a lot of construction sites is present practically in all the districts. A small trait: from the million inhabitants non-Germans comprise nearly 20%.



Now let us leave the external parameters for the inside - for the contents of the exposition. According to the explanations of the organizers (**Koelnmesse** Co. and **BDV**-Association of the German Vending Machine Industry), they tried and made accent at the prospective directions of developing vending, namely:

- Telemetric systems of data transfer from the vending machines and back to them; it could, in particular, decrease the operating costs
- Design of vending machines, user-friendly as much as possible
- Cashless payment systems
- Expanding the assortment of goods and services

Before the opening, the press releases promised some surprises ("special visual shows"), connected by their subjects to the problems of CARE and CATERING. What came of it - we'll report later. And now let us discuss some concrete novelties exhibited at the fair, basing upon the personal impressions and the explanations of the exhibitors. So let us treat the point. The first thing that could not be missed was rather high an average level of designs, developed by all the leading OEMs. But some novelties are still distinguished. Take, for example, the problem of people (especially elder ones) who dislike vending

разработок, который поддерживают все ведущие производители. Однако из него выделяются отдельные новинки. Так, известно, что ряд людей, особенно старшего возраста, недолюбливают автоматы: кому-то некогда внимательно разбираться в правилах пользования; кто-то органически на это не способен. Помочь этой категории потенциальных пользователей призван новый дизайн панели управления. Здесь могут использоваться кнопки с пиктограммами, в том числе увеличенного размера, что позволяет, например, обслуживать клиентов с низким уровнем грамотности. На роль "дружественных" претендует также система управления с сенсорным экраном, показанная на выставке в комплекте со спортивным автоматом.

Неизменным интересом пользовались автоматы с "бережной" транспортировкой товара к покупателю. Для пущей наглядности в качестве штучного товара в них закладывались бытовые электролампы, которые транспортное устройство аккуратно забирало из ячейки и переправляло в окно выдачи. Хотя такие устройства были известны и до выставки, зрители у автомата не убывали.

С точки зрения внешнего дизайна на фоне традиционных решений выделялись несколько нестандартных, причем отличилась здесь фирма **Servomat Steigler**. Одна из этих новинок сразу же получила на выставке неофициальное прозвище "Оранжевый червяк" и совмещает в одном корпусе кофейный автомат, четыре (!) посадочных места и сборник грязной посуды. Другая представляет собой передвижную вендинг-тележку, вызывающую ностальгические воспоминания о газировке и мороженом.

Кстати, о мороженом. На выставке этот продукт фигурировал в двух ипостасях. Известная компания **Vendo** продемонстрировала автомат для продажи 4 разновидностей штучного мороженого (рожки, брикеты и т.п.), при-



machines: some of them are short of time to examine the rules of use; some are incapable to do this by nature. To help this category of potential users is the task of new control panel design. Here buttons with pictograms, especially of increased size could help, facilitating, for example, serving people with literacy shortage. Also a touch-screen control system demonstrated complete with a twin vending machine. Invariable interest was shown for the machines with "careful" transportation of goods to the client. To demonstrate it most obviously, electric bulbs were loaded into a snack machine. Though devices of this kind had been known before the fair, a crowd of spectators was not decreasing there and looking how the bulbs are transferred.

As for the outside design, several nontraditional solutions could be marked, perhaps, most notable here

was **Servomat Steigler Co.** One of its novelties was immediately nicknamed "Orange warm"; it comprises within a single body a coffee machine, four sitting places and a used cups bin. The second of them presented a transportable vending-cart reminiscent of soda and ice being sold in the streets in some far away years.

By the way, about ice-cream. At Eu'Vend the product appeared at least twice. The known **Vendo Co.** demonstrated a vending machine for selling four varieties of ice-cream sold by the piece (horns, bricks etc); its refrigerated down to -23°C chamber guarantees practically unlimited duration of storage. Another company, **HIM Sondermaschinen** (Germany) claimed a sort of a sensation, announcing to be world first to manufacture a fully automated kiosk for production and selling of fresh soft ice-cream. The kiosk is equipped with a new refrigerating unit and a freezer; it can supply up to 240 portions per

чем охлаждаемый до -23°C бункер гарантирует практически неограниченно долгое хранение товара. Другая же фирма, **HIM Sondermaschinen** (Германия), с претензией на своего рода сенсацию сообщила о том, что она впервые в мире организовала выпуск полностью автоматизированного киоска для изготовления и продажи свежего мягкого мороженого. Киоск оснащен новым холодильным агрегатом и фризером, обеспечивающим изготовление и продажу до 240 порций в час мороженого из специально разработанной смеси **FREE-SY**. По желанию оператора киоск может оснащаться системой телеметрии для передачи информации о ходе продаж, неполадках и т.д.

Особое место в экспозиции занимали компактные автоматы, что, в частности, отражает тенденцию развития офисного вендинга. Настольные кофейные автоматы распространяются сегодня заметно быстрее своих напольных собратьев и все шире входят в корпоративный обиход. Их легко вписать в офисный интерьер, а возможность получить высококачественный напиток простым нажатием кнопки, причем, зачастую, в нескольких вариантах, является несомненным достоинством. Ряд специалистов считает, что очередь - за малыми автоматами для продажи штучных товаров, к которым относятся напитки в банках и бутылках, снековая продукция, бутерброды, а также непромышленные товары. Хорошими примерами такого рода техники могут служить настольные и настенные компактные автоматы немецкой компании **Red-Croc**, английской **Vending Corporation**, голландской **Veromatic International** и других.

В этом жанре неплохо выступает и германская **Sielaf**, имеющая в своем активе широчайший ассортимент машин, в том числе в уличном и сильно защищенном исполнении. Вообще продукция "мэтров" вендинга, к которым смело можно отнести такие компании, как **Vendo**,



hour of ice-cream prepared from a special **FREE-SY** mixture. In accordance with the operator's wish, the kiosk can be equipped with a telemetry system to transmit information about the sales, malfunctions etc.

Some special place was occupied by compact machines, which reflects the tendencies of office vending development. Table top coffee machines are spreading much faster than the their free standing brothers and are wider penetrating into corporative practice. They easily blend with the office interior, and the possibility to get a first class hot drink just by pushing a button is an evident advantage. Some experts are sure that now comes the turn of small machines of the snack type, that are capable to sell not only snacks, but also drinks in tins and bot-

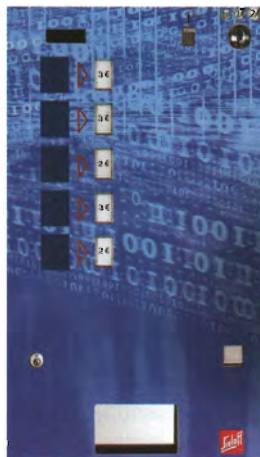
tles, sandwiches, and some non-food goods as well. Good examples of this kind were presented by table and wall-mounted compact machines produced by **Red-Croc** (Germany), **Vending Corporation** (Britain), **Veromatic International** (Holland) etc.

German **Sielaf** is not to be missed in this genre, having in its disposal a widest range of machines, including the models for open air and heavily protected ones. Speaking generally, the produce of vending "grands", like **Vendo**, **Gerhardt**, **Wurlitzer**, **Necta-Wittenborg**, deserves to be discussed not "by the way", but more thoroughly, and we are going to do this in future.

In our opinion, one of the interesting tendencies of the fair was demonstration of "reverse vending" machines, able to accept and partially process used vessels - cans and bottles of metals, polymers and glass. Partial processing is usually reduced (if it is present at all) to crushing, flattening and generally compacting, the material. Equipment of this kind was represented by the same

Sielaf, as well as by **Trautwein SB technik** and a pair of others. The equipment is manufactured and supplied in different modifications, some of them incorporating telemetry; it is seen that serious people are engaged in the business, who are taking into account the EU realities and try and keep the continent tidy.

As it was in 2003, some companies exhibited automatic devices for selling hot food. Different approaches could be met here. **Dutch Meal Company** showed its **Caterer** system, incorporating





Бр.Герхардт и их кофемашина: не ржавеет, не изнашивается.

Br.Gerhardt and their coffee machine: no rust, no wear.

usually machines for storage and selling refrigerated food (sometimes up to 720 portions). Having got his portion after payment, the customer warms it up in one of the microwave ovens installed side by side with the fridge (the door of the oven is unblocked after the payment only). **Meica Co.** (Germany), the producer of popular sausages, considers Food-Kiosks as one of the prospective ways to sell her produce. Sausages, packed individually into packages filled with an inert gas, fall into the funnel surrounded with a microwave

Gerhardt, Wurlitzer, Necta-Wittenborg, заслуживает того, чтобы говорить о ней не между делом, а более обстоятельно, чем мы будем стараться в дальнейшем заниматься.

Интересной тенденцией выставки нам показался показ оборудования для "обратного вендинга" - машин для приема и начальной переработки тары - металлической, полимерной и стеклянной. Начальная переработка (если присутствует) обычно сводится к дроблению, плющению и вообще к повышению компактности материала. Такое оборудование было представлено той же **Sielaf**, а также фирмой **Trautwein SB technik** и парой других. Оборудование выпускается в различных исполнениях, разной комплектации и оснащенности телеметрией; видно, что им занимаются серьезные люди, учитывающие реалии Евросоюза, стремящегося поддерживать континент в чистоте.

Как и в 2003 г. ряд фирм показывал автоматы для продажи горячей еды. Здесь можно было встретить разные подходы. Голландская **Meal Company** демонстрировала систему **Caterer**, в состав которой обычно входят автоматы для хранения и продажи охлажденных продуктов (в некоторых исполнениях - до 720 порций). Получив после оплаты свою порцию, клиент разогревает ее в одной из расположенных по бокам СВЧ печи (дверца печи разблокируется только после оплаты).

Немецкая **Meica**, производитель популярных сосисок и колбасок, как один из способов реализации своей продукции рассматривает автоматы **Food-Kiosk**. Упакованные в индивидуальные пакеты с инертным газом сосиски после оплаты падают в воронку, окруженную СВЧ индуктором, где нагреваются в течение примерно 40 секунд, после чего попадают в окно выдачи (все еще в упаковке). С ними покупатель получает по выбору горчицу или кетчуп. Голландская **Mertens Group** демонстрировала автоматы **Holdeen**, в теплоизолированных камерах которых пища хранится при температуре до 90 °С. Конструктивно стойки с горячими камерами могут объединяться в блок с холодными.



winding, heating them within about 40 seconds. After this the customer extracts them (still in the package) from the issue port, choosing between ketchup and mustard. Dutch **Mertens Group** showed its **Holdeen** machines, whose thermally insulated chambers could store food at temperatures up to 90 °C. The hot racks can be joined structurally with the cold ones.

People say there was an attempt (unsuccessful) made in our country to introduce a coffee preparation system based on a liquid extract. Maybe, but as for me, I've seen it for the first time here, in Cologne. The idea is to use high quality coffee beans to prepare liquid **Aromat Cafe** concentrate from them; then the liquid is frozen to conserve its taste and smell, and can be stored practically for unlimited time. Before use the canned concentrate is installed into the coffee machine to be diluted with hot water and mixed with milk, sugar, etc. **Dart Co.** from Hamburg supplies table to coffee machines of this kind (**Aromat Simplex**, **Aromat Simplex Plus**, **Aromat Power plex**)

designed to prepare up to 7 types of coffee, as well as cocoa and tea. The producers say the drinks are much superior organoleptically compared to the instant coffees (powder or granules), and are just a little inferior to the beans. One of the main advantages is the speed of cooking (up to 300 cups per hour by **Simplex** model, about 2000 - by **Powerplex**). **Eu'Vend 2005** gave a chance to see

Говорят, была попытка (неудачная) внедрить у нас систему приготовления кофе из жидкого экстракта. Может быть, но я лично увидел ее впервые только здесь. Смысл ее в том, что из высококачественных зерен готовится жидкий концентрат Aromat Cafe, который быстро замораживается для сохранения вкуса и запаха и в таком виде хранится практически без ограничений срока. Перед употреблением сосуд с концентратом устанавливается в кофейный автомат и разводится кипятком до нужной пропорции в сочетании с молоком, сахаром и т.д. Фирма **Dart** (Гамбург) поставляет на рынок настольные модели автоматов (Aromat Simplex, Aromat Simplex Plus и Aromat Powerplex), рассчитанные на изготовление до 7 вариантов кофе, а также какао и чая. По словам производителей, по органолептическим характеристикам напитки заметно превосходят растворимые (из порошка или гранул) и не слишком уступают зерновому кофе. Одно из главных преимуществ - быстрота приготовления (у модели Simplex - до 300 чашек в час, у Powerplex - около 2000).

На Eu Vend 2005 удалось, наконец, увидеть автоматы для продажи живых цветов. До сих пор на глаза попадались лишь не очень четкие фото японской техники, которые не слишком впечатляли: во-первых, потому что нечеткие, во-вторых, потому что "известное дело, у японцев все есть". А здесь в натуре красовались сразу несколько вариантов. В немецком это был солидный шкаф с охлаждаемым внутренним объемом, внешне напоминавший голландский Holdeen для горячих бутербродов. Зато венгерская компания



(at last) vending machines selling natural flowers. Before it I could see not very clear photographs of some Japanese machines. It didn't impress very much - firstly, because unclear, secondly, "because those Japanese have everything". And here one could witness even several kinds of flower vendors. The German one was a solid closet cooled from inside looking very much like the Dutch Holdeen for hot sandwiches. And **Pannon Matic Co.** from Hungary demonstrated very nice looking barrel machines all covered with glass. Temperature of storage is controlled; to make it more uniform, cooled air circulation through perforated dividing walls is used. Constant rotation of the barrel loaded with flowers pursues the same purpose plus better vision. The machine is glazed with polycarbonate sheets. It can be used to sell individual flowers and bunches. The design is very attractive and deserves to be discussed additionally.

Judging by the exposition and by the comments



Pannon Matic показала очаровательные автоматы барабанного типа с круговым остеклением. Температура хранения регулируется; для повышения ее однородности используется циркуляция воздуха сквозь перфорированные перегородки. Той же цели (плюс лучшему обзору) служит постоянное вращение барабана с цветами. Материал остекления - листовой поликарбонат. Автоматы приспособлены для продажи цветов поштучно и букетами. Интересная разработка и заслуживает отдельного обсуждения.

Судя по экспозиции и комментариям таких ведущих производителей посуды для вендинга, как **Huhtamaki** и **RPC Tedeco-Gizeh**, второе рождение как материал для пищевой посуды и тары переживает пенополистирол. По мнению компаний, материал обладает такими несомненными достоинствами, как стабильность формы (вплоть до 95 °С) и низкая теплопроводность, позволяющая легко удерживать в руке стакан или чашку с горячим содержимым. Склонность материала к миграции токсичных молекул мономера (стирола), особенно при повышенных температурах, сводится практически к нулю благодаря совершенству современным технологиями. В качестве подтверждения производители ссылаются на немецкие и европейские сертификаты.

Особое место на выставке занимали устройства для работы с платежными средствами: сортировки, счета, выявляющие подделок и т.д. Ряду производителей было сделано предложение подробнее рассказать на страницах журнала о связанных с этим проблемах.

Программа выставки предусматривала ряд мероприятий, направленных на анализ проблем, связанных с внедрением вендинга в здравоохранение и гостинично-ресторанный бизнес. Названия ряда семинаров достаточно красноречивы:

- Вендинг в отелях: источник прибыли или убийца сервиса?
- Как повысить качество обслуживания пациентов лечебных учреждений, причем круглосуточно?
- Целый и систематический подход к проблемам общепита.

На то же, в принципе, был нацелен и показ разработок студентов Кельнского университета прикладных научных исследований - будущих промышленных дизайнеров и архитекторов. Ребята исходили из того, что торговые автоматы следует рассматривать (и проектировать) в единстве с окружающей их пространством. К сожалению (и так-то, по нашим наблюдениям, мнение большинства

of such leading producers of cups for vending hot drinks as **Huhtamaki** and **RPC Tedeco-Giseh**, foamed polystyrene is now experiencing the second birth as a material for cups and food packing. According to the companies, the material possesses such obvious advantages, as stable geometry (up to 95 °С) and low heat conductivity allowing to keep easily a cup with a hot drink in one's hand. The tendency for toxic monomer (styrene) molecules to migrate, especially at higher temperatures, comes to naught thanks to the perfection of modern technologies. To confirm this the producers refer to German and European certificates.

Devices to process the payment means occupied quite a noticeable place at the fair. Some of the producers were addressed and invited to discuss the problems of sorting the coins and the notes, counting them, revealing counterfeits etc. at the pages of our magazine.

The program included some arrangements aimed to analyze the problems connected to introduction of vending into the practice of health services and HoReCa business. Titles of some workshops speak clearly for themselves:

- Vending in hotels: profit maker or service killers?
- Care: Increasing patent satisfaction and loyalty by providing round-the-clock service
- Food service: Holistic and systematic approaches

Practically the same was the aim to demonstrate the designs presented by the students of Cologne applied scientific research university, the future industrial designers and architects. The boys and girls started from the idea that vending machines are to be treated (and designed) in unity with

their environment. Unfortunately (and that seems to be the general opinion of the majority of people who represented mass media and industry) the wise postulate has not been followed yet by adequate design solution. Lacking those any idea tends to remain unsettled. I doubt, for example, whether one could refer seriously to a garland of transparent



представителей СМИ и промышленности) за разумным посылом пока не последовало адекватных проектных решений, без которых идея повисает в воздухе. Вряд ли можно серьезно отнестись к гирлянде прозрачных шаров из пластика, олицетворяющей, по мнению автора и его

научного руководителя, вендинг-машину будущего. Не случайно профессор Норберт Монсен, исполнительный директор Германской вендинг-ассоциации, среагировал на композицию вопросом: "А куда здесь опускать деньги?", после чего утратил к ней интерес. Был среди экспонатов и круглый стол с установленным на нем кофейным автоматом, над которым висел

тканевый раструб, похожий одновременно на граммофонную трубу и воздухозаборник вытяжной системы на рабочем месте сварщика. По замыслу авторов под таким зонтом могли бы собираться, например, соседи, чтобы поговорить "за жизнь". Поскольку на носу были парламентские выборы, легко было представить, как один сосед сообщает, что "Шредер - это голова", а другой отдает предпочтение христианским демократам.

Накануне голосования в городе было тихо. Плакаты с портретами лидеров никто не срывал и не портил. Несколько настораживали только композиционные решения. Если рядом с портретом нынешнего канцлера было размещено нечто вполне нейтральное, то вплотную к портрету лидера свободных демократов красовалось предложение "ангелочкам" и "чертикам" воспользоваться популярными противозачаточными средствами. Не есть ли это проявление местного административного ресурса?

spheres aimed to embody a future vending machine (and that was the opinion of the author and his supervisor). And it happened not by chance that professor Norbert Monssen, BDV executive director, reacted to the composition with the question:

"And where should one put his money to?" Getting no answer, he lost interest to it. Among the exhibits present, one could see a round table with a coffee machine on it, covered by a cloth cone, resembling simultaneously a gramophone horn and an air-intake mounted over the welder's head in his workshop. According to the author idea the neighbors could collect under this umbrella to discuss their current problems. As the parliamentary elections were coming, it was



Пресса улыбается.
Mass media are smiling.

easy to imagine how one of the people declares that "Schroeder has a wise head", and the other gives his preference to the Christian Democrats.

The day before the election was quiet in the city. Nobody tried to tear off or spoil the posters depicting the party leader. The only thing that put me alert was the composition. While the current chancellor's portrait was placed aside something quite neutral, the poster with the face of the free democrats' leader was placed next to the proposal addressed "little angels" and to "little devils" calling them to use popular contraceptives. Was it a demonstration of, as we call it here, "an administrative resource"?



Post scriptum



Все согласились, что раньше все было лучше - кроме валидаторов.

Everybody agreed that everything was better formerly - except the validators.



Громадьє планов Кельнмессе.

Immense plans of Koelnmesse.



Наше секретное оружие - сотрудничество.
Рональд Койтерс (ICS)

Cooperation is our secret weapon.
Ronald Keuters (ICS).

Царский отдых на автоматическом массажере.

Royal rest with automatic massage.



Так провожает Москва.

The way Moscow sees you off.



Так - Франкфурт.

And this is the way for Frankfurt.

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS



Hotel Expo EquipHotel 2005

Известная выставочная компания "Ай-Ти-И" в 11-й раз проводила Международную специализированную выставку "Гостиничное и ресторанное дело". С 29 по 31 августа в выставочном комплексе "Гостиный двор" в Москве демонстрировали свои достижения и возможности около полутора сотен экспонентов из Австрии, Франции, Германии, Гонконга, Италии, Нидерландов, Швейцарии, Арабских Эмиратов, Турции и России, представляющих либо собственно гостинично-ресторанный бизнес, либо предприятия и организации, его обслуживающие.

Тематика экспозиции была, как и прежде, довольно разнообразна, о чем может свидетельствовать даже беглое перечисление направлений: мебель, посуда, сантехника, оборудование для прачечных и общепита, аксессуары и фурнитура, отделочные технологии и материалы, информационные и управляющие системы, а также все, что связано с поддержанием комфортных условий. Кстати, о последнем: можно было познакомиться с встроенной централизованной системой вакуумной уборки Vacuflo, представляющей собой как бы гигантский пылесос, рукава от которого расходятся по всему отелю, а отсосанная пыль (вместе со всякого рода микрофлорой) сепарируется в циклоне. Зрительно много было текстиля, включая отделочные ткани, портьеры, постельное белье. Не обошлось без обязательных замков, сейфов, посуды.

В общем, можно было бы долго говорить о том, что было выставлено; при этом, правда, легко скатиться в крайность, когда рассказывают "ничего обо всем". Не впадая в крайности противоположную ("все ни о чем"), попробуем все же кое-что конкретизировать в алфавитном порядке.

Петербургская компания "Авангард" демонстрировала профессиональное оборудование шведского, немецкого и итальянского производ-

A well known exhibition company, ITE, has been carrying out International specialized exhibition "Hotel and Restaurant Trade" for the 11th time. On August 29-31, at "Gostinyi Dvor" exhibition compound, about 150 exponents from Austria, France, Germany, Hong Kong, Italy, Netherlands, Switzerland, United Arab Emirates, Turkey and Russia demonstrated their achievements and potentialities. The companies represented either HORECA business, or those who supply and serve it. The subjects exposed were as diverse as usual; it can be evidenced by simple enumeration: furniture, tableware, sanitary engineering, equipment for laundries and catering, accessories, finishing and decoration technologies and materials, information and control systems, and practically all that is used to provide comfortable conditions. By the way, concerning the latter: it was possible to acquaint with the Vacuflo built-in central cleaning system - a sort of a giant vacuum cleaner, whose hoses spread along the whole hotel, and the dust (microflora included) is

collected in a cyclone separator. One could witness a lot of textile being present, including decorative fabrics, curtains, bedclothes. Also inevitable locks, safe-boxes and glassware were present. Well, much time would be needed to discuss all the goods and subjects exposed; following this way, it

would be easy to fall into an extreme of saying "nothing about all". Therefore we'll try and present some detailed description without falling into the opposite extreme ("all about nothing"), doing it in the Russian alphabetical order.

"Avangard" company (S.-Petersburg) demonstrated professional equipment for laundries and dry-cleaners (Swedish, German, Italian), including



ства для прачечных и химчисток, в том числе работающих в режиме самообслуживания, а потому в той или иной степени автоматизированных. На вопрос, как они относятся к внедрению полного самообслуживания, включая автоматизированную оплату услуги (казалось бы, как хорошо где-нибудь в общежитии), специалисты фирмы отвечали единодушно:

"Относимся хорошо, но - не у нас". И поясняли: "Оборудование слишком дорого, чтобы им рисковать. Выгоднее держать человека, который соединял бы в одном лице консультанта, кассира и охранника".

"Астор ВЦ" (Москва) занимается комплексной автоматизацией управления и учета на предприятиях индустрии развлечений, розничной торговли, и др. Среди предлагаемого оборудования - кассовые аппараты, принтеры счетов и заказов, модули управления боулингом и бильяродом.

"Все для отеля" (Москва) производит и поставляет тележки, подставки, карнизы, урны-пепельницы и машинки для чистки обуви.

Gel-Matic (Италия) производит компактное настольное или напольное оборудование для приготовления и реализации 1-4 сортов мягкого мороженого. Процесс приготовления автоматизирован, автоматическая продажа не предусмотрена. По характеристикам машины близки к изделиям Уральского электро-химического комбината. Отличаются привлекательным дизайном, но дороже.

О фирме "**Несpresso Россия**" мы писали уже не раз. Деятельность компании **Nespresso** и ее российской дочерней структуры опирается на сочетание трех базовых составляющих: кофе-машина, кофе-капсулы, молотый высококачественный кофе. Простая в использовании, система **Nespresso** гарантирует "приготовление идеального эспрессо с совершенным сочетанием ароматов, плотности, вкуса и пенки".



added: "The equipment is too expensive to risk its failure. It would be more advantageous to hire a person combining a consultant, a cashier, and a guard".

"**Astor VC**" (Moscow) is engaged in management and accounting automation of enterprises of entertainment, public catering, retail trade etc. Among the equipment proposed cashier stations, waiter stations, order printers, as well as control modules for bowling and billiard are present.

"**Vsyo dlya otelya**" (Moscow) produces and supplies various carts, supports, ledges, ash-trays and shoe-cleaning machines.

Gel-Matic (Italy) produces compact table and floor mounted soft ice cream machines (1-4 varieties). The process of making ice is fully automatic ("just press the button"), automatic selling is not envisioned. By their parameters the machines are close to those produced by Urals electrochemical enterprise (Russia). They have an attractive design, but are more expensive.

We have written about **Nespresso Russia** more than once. The activities of **Nespresso** and its Russian daughter company has been based on the

three cornerstones: coffee machine, coffee capsule, and finest coffee beans. Simple to use, the **Nespresso** system consistently "yields a superb espresso - the perfect marriage of aroma, body, taste and crema".

Our readers are well informed about



Хорошо известная большинству наших читателей компания **"Профессиональные и торговые автоматы"** (Москва) эксклюзивно представляет торговую марку **SAECO** (Италия) на территории РФ. Компания в определенной степени диверсифицирована, но все же основа ее деятельности - кофе. В ассортименте реализуемой ею продукции - кофейные торговые автоматы (во всех используется зерновой кофе), разнообразные кофемашины, кофе в зернах и другие ингредиенты (шоколад, молоко, чай), а также сэндвич-машины, автоматы для продажи воды, комбинированные автоматы, аксессуары и комплектующие. Кстати, именно ПТА обеспечивала техническую поддержку проходившего в дни выставки открытого чемпионата барменов-бариста на приз Академии Specialty Coffee. Во всех трех номинациях конкурса использовались кофемашины SAECO, предоставленные ПТА.

Как и в прошлый раз, в выставке участвовал официальный дистрибьютор компании **"Лавazza эспрессо-пойнт"** на территории РФ фирма **"Рустов-Импекс"**. Основная форма взаимодействия фирмы с клиентами - безвозмездное пользование кофемашинами с приобретением кофе у компании. В наличии всегда имеется полный ассортимент сопутствующих товаров, в том числе одноразовых капсул, которыми заряжаются машины серии "Голубая коллекция".

Как всегда, в выставке принимали участие СМИ - как специализированные, так и "общего применения". Среди них были журналы **"Продиндустрия"**, **"Пять звезд"**, **"Торговое оборудование в России"**, **"Ресторан и магазин"**, **"Отель"**, **"Мое дело. Ресторан"** и другие издания большей или меньшей степени известности. Среди них был замечен и совсем молодой журнал **"Кавказское гостеприимство"**, выходящий в Пятигорске и рассказывающий в первую очередь о развитии туризма и курортов на юге страны.

Особое место среди СМИ занимала московская компания **"Р Стори"** - официальный представитель услуг американской компании NewspaperDirect.

the company **"Professional and Vending Machines"** (Moscow), the exclusive distributors of **"Saeco"** goods in the Russian Federation. The company is diversified to some extent, but its main foundation is of course coffee. The range of goods includes coffee vending machines (in all of them coffee beans are used), various coffee machines, the

beans and other ingredients (chocolate, milk, tea), as well as snack vendors, water coolers, combined vending machines, accessories and components. It was PVM company who provided technical support to the open competition of bartenders - barista organized by the Specialty Coffee Academy during the exhibition. In all the three nominations SAECO coffee machines were used, supplied by PVM.

Like the previous year, **"Rustov-Impex"** company, an official distributor in RF of **"Lavazza espresso point"**, took part in the event. The clients are offered the coffee machines free (free rent). The only thing to buy is coffee. Full assortment of the accompanying goods is available, including disposable capsules for the novelty - "Blue Collection" machines.

As usual mass media took part in the fair, both specialized and "general use". Among them the magazines **"Prodindustria"**, **"Pyat zvyozd"** ("Five stars"), **"Torgovoye oborudovanie v Rossii"** ("Trade equipment in Russia"), and others, more or less well known, were present. Among them quite young a magazine **"Kavkazskoye gostepriimstvo"** ("Caucasus Hospitality") could be observed, it is edited in the town of Pyatigorsk and is mainly engaged

in reflection of tourism and resorts development in the South of Russia.



Компания предлагает гостям пятизвездочных отелей свежие (в день выхода) распечатки более 200 российских и иностранных газет, для чего в СНГ организовано 14 принт-станций. Компания предлагает также электронные версии (в графическом формате) сотен иностранных изданий из 55 стран мира на 30 языках с возможностью поиска по ключевым словам.

Среди экспонентов заслуживает упоминания **Финансбанк**, участник финансовой группы с консолидированными активами свыше 12 млрд долларов США, осуществляющей свою деятельность в 8 странах (Швейцария, Голландия, Турция, Бельгия, Франция, Германия, Румыния и Россия). В России банк работает более 10 лет. Он предоставляет кредиты суммой от 30 до 500 тыс. долларов на срок от 0,5 до 3 лет. Кредитные средства предоставляются как на пополнение оборотного капитала (закупки товаров, сырья, материалов), так и на финансирование капитальных затрат (приобретение оборудования, недвижимости, транспортных средств и т.д.).

Современные выставки трудно представить без семинарско-конференционной программы. Некоторые из них при этом приобретают название форумов. В нашем случае форумом называлась трехдневная программа с докладами и круглыми столами, где обсуждались вопросы развития гостинично-туристической инфраструктуры, управления объектами сферы гостеприимства, новые технологические решения, кадровые проблемы и т.д.

В рамках выставки проходил также конкурс кулинаров "Звездный олимп" с обязательной программой - фирменным обедом из трех блюд на 10 персон и шведским столом.

Известно, что на выставки ходят не только глазами на стенды, но и общаться. При этом зачастую с точки зрения общения представляют интерес не только стендисты, но и посетители. В этот раз нам довелось встретиться и обсудить взаимноинтересные проблемы с представителями в России итальянской компании **LF**, специализирующейся с 1982 г. на поставках широкого ассортимента запчастей для профессиональных кухонь, моющих машин, холодильного оборудования, барного оборудования, включая кофемашины. В ближайших номерах мы постараемся подробнее рассказать о ее деятельности.

И.З.

A particular place was occupied by "**R Story**" (Moscow) - the official representative of services, offered by the "**NewspaperDirect**" company (USA). The company delivers to the guests of five-star hotels fresh (in the morning of the same day) reprints of more than 200 Russian and foreign publications (14 printstations in the FSU countries). Also PDF electronic versions of numerous (hundreds) foreign publications from 55 countries are available in 30 languages with a capability of keyword search.

There is a participant to be specially noted, though is not a direct player in HoReCa: **Finansbank** (Russia), a member of a group with net assets over 12 bln. USD, represented in 8 countries (Switzerland, Netherlands, Turkey, Belgium, France, Germany, Romania and Russia). In our country the bank has been working for over 10 years. It offers credits from 30 to 500 thousand USD for the period 0.5-3 years for both increasing of working capital (purchasing goods, materials) and investment capital financing (purchasing equipment, real estate, cars, etc).

Contemporary trade-fairs cannot be imagined without workshop-conference program. Some of them are then called "forums". In this case the title "forum" was given to the 3-day program with reports and round tables, where the problems of developing hotel/tourism infrastructure, managing hospitality establishments, new technologies, personnel problems were discussed.

Within the frame of the fair a cookery competition "Star Olymp" took place also. It is well known the people visit the exhibition not only to stare at the stands, but also to rub shoulders with the others. And very often contacts with the guests are as interesting, as with the participants. This time we had a chance to meet and discuss problems of mutual interest with the people representing in Russia an Italian company **LF**, that was concentrating its efforts from 1982 at supplies of a wide variety of spare parts for professional kitchens, washing machines, refrigeration equipment, and bar hardware, including coffee machines. In the forthcoming issues we shall try and speak about their activities in more details.

И.З.



Платёжные системы: кто главный?

Payment systems: who is the master

Речь пойдёт о двух основных протоколах, или даже - философиях, реализации информационного взаимодействия торговых автоматов и платёжных систем. Сразу оговоримся: об "умных протоколах", поскольку мы не будем рассматривать простейшие варианты подключения платёжных систем к торговым автоматам. В простейших вариантах платёжные системы, по существу, исполняют роль датчиков, например: принял монетоприемник монетку - выдал импульс по проводку.

Если у Вас стоит монетоприемник с функцией выдачи сдачи, плюс банкнотоприемник, да еще считыватель ключей безналичной оплаты, то, скорее всего, соединение платёжной системы с торговым автоматом реализовано либо по протоколу EXECUTIVE (он же SIMPLEX V, он же PROTOCOL "A"), либо по протоколу MDB (ICP - почти то же самое). На самом деле, протоколов намного больше, но, во-первых, наибольшее распространение в мире, и в нашей стране в частности, получили именно эти два протокола. А во-вторых, все остальные протоколы реализуются на аналогичных идеях. Мы думаем, нижеизложенная информация будет интересна и тем, кто только собирается войти в вендинговый бизнес, и тем, кто в нем уже давно находится.



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

Alexander Maisov,
general director founder,
AMTechnology Group
(Moscow)



Роман Подлесный,
ген. директор инженерно-сервисного центра
Vending Service (Москва)

Roman Podlesny,
general director, **Vending Service engineering centre**
(Moscow)

We shall discuss two basic protocols (or, even, philosophies) upon which the realization of information interaction between the vending machine and the payment system rests. Let us make a reservation: only "wise protocols" will be touched upon, not the simplest possible versions of connecting the acceptor with the vendor. In the latter versions the payment system acts just as a pick-up that outputs an impulse to the wire as a response to accepting a coin.

If you have a system, containing a change giving coin acceptor, plus a note validator, plus a card reader for clearing payment, than, with a great probability, the vendor and the acceptor are interconnected according to EXECUTIVE protocol (the same as SIMPLEX V, also PROTOCOL "A" as well), or according to MDB protocol (nearly the same as ICP). In reality, there exist much more protocols, but, firstly, the two protocols mentioned above are the most widely-spread in the world, our country included. And, secondly, all the other protocols are based on the same ideas. We hope that the information given below will be useful and interesting both to the novices going to enter vending business and to those who have been engaged in it for a long time.

1. Немного истории

Протокол EXECUTIVE был разработан компанией MEI Global (Mars Electronics). Стандарт был окончательно определен в начале 80-х, в дальнейшем подвергся некоторой доработке, связанной с появлением устройств безналичной оплаты (cashless systems). В настоящее время наиболее распространён в странах европейского региона, Протокол MDB разработан в начале 90-х компанией CoinCo (США), о которой мы писали в предыдущем номере, специально по заказу компании Coca-Cola. Он был разработан с целью снизить стоимость монетоприёмника путем переноса части вычислительных и диспетчерских функций в контроллер торгового автомата. В 1994 году протокол был официально принят NAMA (National Automatic Merchandising Association, USA) после того, как был доработан и адаптирован для подключения банкнотоприёмника, а также системы безналичной оплаты. Позднее EVMMA (European Vending Machine Manufacturers Association) сертифицировала протокол ICP (Internal Communications Protocol); фактически, это тот же самый MDB, только с некоторыми доработками для систем безналичной оплаты. Позднее, в 1998 году, появился унифицированный протокол MDB&ICP, который сегодня является стандартом таких организаций как NAMA, EVMMA, EVA (European Vending Association). Наибольшее распространение протокол MDP&ICP получил в США, Латинской Америке и России.

2. Описание работы протоколов

Для начала несколько слов о принципиальном различии этих двух протоколов. Платёжная система и торговый автомат взаимодействуют друг с другом по схеме master-slave, или "ведущий-ведомый"; другими словами, кто кем командует: автомат платёжной системой или платёжная система автоматом, соответственно, где находится "мозг" платёжной системы - в автомате или в самой платёжной системе.

На рис.1 показана схема подключения монетоприёмника, работающего по протоколу EXECUTIVE (далее EXE), к торговому автомату. Как интерфейс Executive, так и MDB являются по существу протоколами с последовательной передачей данных (serial), то есть данные передаются последовательно по каналам "монетоприёмник - автомат" (Tx) и "автомат - монетоприёмник" (Rx). В протоколе EXE мозгом платёжной системы является, как правило, монетоприёмник. Бывает также, что управляющим контроллером может выступать система безналичной

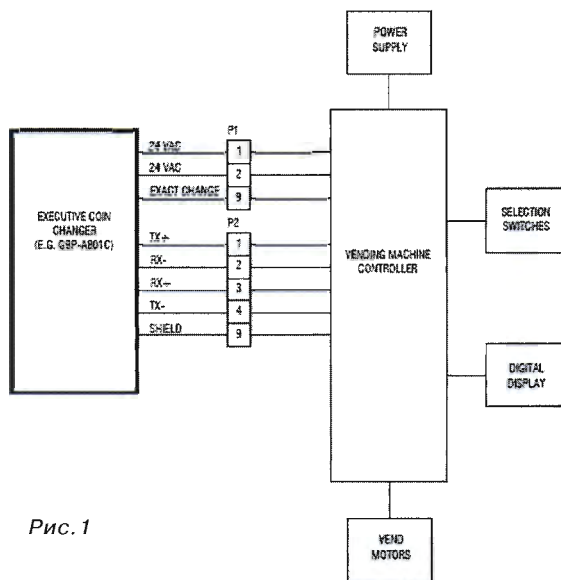


Рис. 1

оплаты, но это встречается крайне редко. Торговый автомат в этом случае занимается только своими прямыми обязанностями, то есть готовит напиток или выдает продукт.

2.1. Стандартный сценарий работы автомата

Вы подошли и опустили энную сумму в монетоприёмник. Монетоприёмник ее принял, подсчитал ее значение и вывел информацию о ней на дисплей, то есть выдал несколько управляющих команд по линии Tx (см. рис.1). Далее вы нажимаете кнопку интересующего Вас продукта. Торговый автомат по линии Rx отправляет некоторую последовательность сигналов, таким образом сообщая монетоприёмнику, что у него выбран, например, кофе эспрессо.

Монетоприёмник анализирует информацию о цене данного продукта и выдает автомату по линии Tx последовательность команд, суть которых сводится к следующему: выдать, или не выдать, но показать недостающую сумму, или показать стоимость данного товара.

Если с кредитом все в порядке, и пошла команда от монетоприёмника на выдачу товара, торговый автомат начинает выдачу, о чем сообщает монетоприёмнику. Получив этот сигнал, монетоприёмник производит подсчет необходимой сдачи. Далее в зависимости от того, как построена функция продажи (одиночные продажи - выдача сдачи после выбора товара, множественные продажи - остаточный кредит высвечивается на дисплее), происходит либо выбор товара на сумму остаточного кредита, либо нажатием кнопки "получение сдачи" покупатель инициирует выдачу сдачи. В альтернативном варианте автомат вычитает стоимость товара из суммы кредита.

После выдачи товара автомат посылает сигнал монетнику: выдача товара прошла удачно (или неудачно); в первом случае всё возвращается в начальное положение, во втором - монетник выдает стоимость товара сдачей.

Существует два режима работы торгового автомата:

1. Executive standard

В этом случае цена на товар устанавливается на торговом автомате. При этом фактически диапазон цены может быть изменен от 1 до 250, но перед тем, как отправить это число монетоприемнику, оно умножается на некоторый коэффициент, который в вендинге принято называть *scaling factor* (коэффициент масштабирования).

Автомат сообщает: "нажата кнопка стоимостью: цена-scaling factor"

Монетник выдает команду: "выдать" или "не выдавать".

2. Executive Price Holding Mode "режим удержания цены"

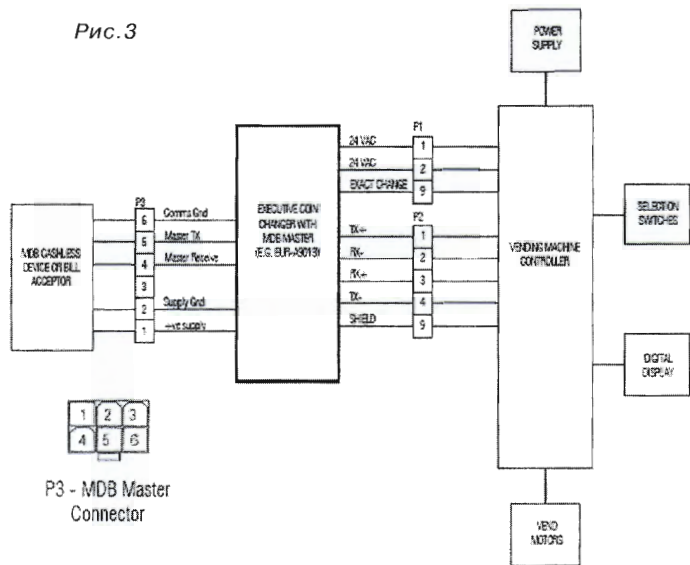
В этом случае все цены устанавливаются на монетоприемнике, а каждому продукту на торговом автомате присваивается ценовая линия. При этом в данном случае, перед передачей значения ценовой линии в монетоприемник, оно делится на *scaling factor*.

Общение автомата с платежкой происходит следующим образом:

Автомат сообщает: "выбран товар: ценовая линия / *scaling factor*"

Монетоприемник анализирует стоимость этой ценовой линии, далее все, как в Executive standard.

Рис.3



Вот, в общем-то, и всё.

2.2. Протокол MDB

В данном случае мозгом платежной системы является контроллер торгового автомата.

Все устройства (монетоприемник, банкнотоприемник, системы безналичной оплаты) подсоединяются к общей шине (набор проводов). При включении торгового автомата (ТА), контроллер ТА производит опрос по этой шине и таким образом узнает о наличии различных платежных устройств в системе. После этого ТА непрерывно опрашивает каждое устройство и узнает его состояние.

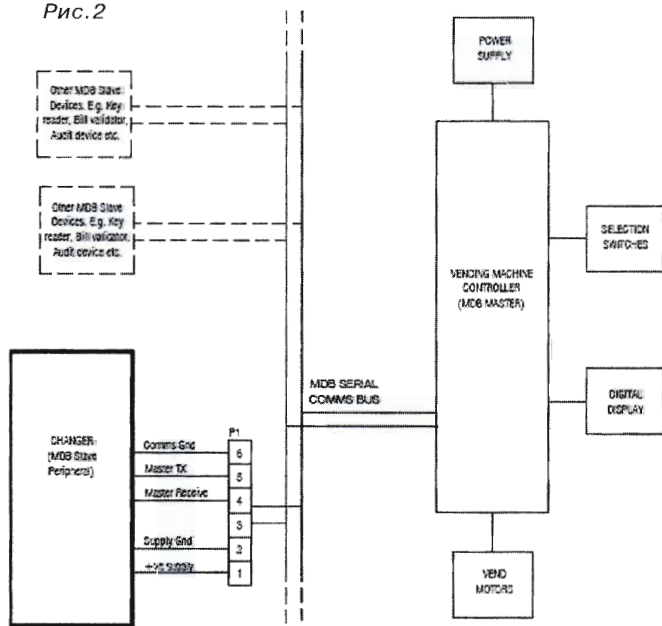
Например, Вы подошли к автомату и опустили 10 рублей в банкнотоприемник; ТА последовательно опрашивает каждый компонент платёжной системы одним вопросом: "у тебя что?"

Монетник отвечает: "у меня ничего", то же самое отвечает и система безналичной оплаты.

А вот банкнотоприемник ответит: "у меня 10 рублей". ТА проанализирует ответ и выдаст команду: "принять" или "не принять" банкноту. После принятия купюры Вы выбираете напиток, ну, предположим, за 6 рублей; ТА его Вам выдаст, после чего даст команду монетоприемнику выдать 4 рубля сдачи.

В общем, главным думающим элементом в этом случае является торговый автомат.

Рис.2



2.3. Гибриды

Законный вопрос: а как быть с банкнотоприемником при подключении по протоколу Executive?

Ответ очень прост: поскольку управляющим устройством в данном случае является монетоприемник, то давайте присоединим к нему банкнотоприемник в качестве устройства, которое будет принимать купюры и передавать информацию о принятой купюре монетнику, а тот, в свою очередь, будет всего лишь выдавать обратно два управляющих сигнала: "работай" или "не работай". Так и поступили.

Но сразу возникли 3 проблемы:

1. Допустим, в монетоприемнике кончилась сдача, он выключил банкнотник, но если у нас цены все по 10 рублей, то десятирублевые купюры тоже не будут приниматься, хотя могли бы.

2. Подключение такого банкнотника должно быть продумано производителем монетоприемника; там, где подойдет один, совсем не обязательно подойдет и другой.

3. Такая же проблема и с подключением систем безналичной оплаты.

Выход был найден

Что если в качестве протокола, связывающего монетник, банкнотник и систему безналичной оплаты, использовать протокол MDB?

То есть с одной стороны монетник является управляющим устройством для автомата, а с другой - MDB мастером для банкнотоприемника и системы безналичной оплаты; на рис.3 показано именно такое подключение.

Данное решение является наиболее распространенным на текущий момент, но существуют и другие.

Например, система безналичной оплаты подключается к торговому автомату как управляющее устройство Executive, а к ней подключается все остальное как MDB-ведомые устройства и.т.д., и.т.п.; короче говоря, комбинировать можно до бесконечности.

В следующей статье мы обязательно расскажем о преимуществах и недостатках использования этих протоколов, а также дадим рекомендации по использованию той или иной технологии. Речь пойдет об особенностях настройки, получения статистики и надежности работы той или иной системы.

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

11 международная выставка

Москва, Центр Международной торговли
Краснопресненская наб., д. 12, Конгресс центр

ГОСТИНИЧНЫЙ И РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ГОСТИНИЦ И РЕСТОРАНОВ,
САНАТОРИЕВ И ПАНСИОНАТОВ, КАФЕ И БАРОВ, КАЗИНО И БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ

25-28
октября

2005

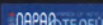
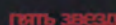
ОРГАНИЗАТОРЫ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПОНСОРЫ



Справки по телефону: (095) 742-4352 www.rsbeexpo.ru e-mail: info@rsbeexpo.ru

ВЫСТАВКИ

EXHIBITIONS

ВЫСТАВКИ

В рамках 11-й московской международной выставки **"ГОСТИНИЧНЫЙ И РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС 2005"** (25-28 октября, Центр международной торговли) кроме экспозиционной, запланирована и **семинарская программа** с участием представителей Федерального агентства по туризму, Департамента внешнеэкономических связей Правительства Москвы, Российской гостиничной ассоциации, Российского союза туриндустрии, ряда ассоциаций и учебных заведений, а также представителей туристических компаний и руководителей предприятий гостиничной отрасли. Предусмотрены следующие темы семинаров и круглых столов:

- Значение комплексного оснащения, оборудования гостиниц и других средств размещения в условиях новой государственной системы классификации.
- Туризм и гостиничный бизнес России - перспективы сотрудничества.
- Сохранение и возрождение национальных традиций индустрии гостеприимства.
- Современный стиль и дизайн в ресторанной индустрии.
- Подготовка специалистов для развития международного сотрудничества в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса.

Запланированы также конкурс ресторанных и барных меню "Грайс-Арт" и конкурс "Лучший ресторан при гостинице".



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

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ



КОФЕ

- сублимированный (быстрорастворимый)
- зерновой
- молотый



ЧАЙ

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



КАППУЧИНО

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



БУЛЬОНЫ И СУПЫ



- куриный
- мясной

ХОЛОДНЫЕ НАПИТКИ

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



СЛИВКИ И ТОППИНГ

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



ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД

- классический
- сливочный
- сладкий



ПИЩА БОГОВ - ШОКОЛАД



CHOCOLATE: 'FOOD OF THE GODS'



ICS

FACING THE COMPANY

ЛИЦО ФИРМЫ

FACING THE COMPANY

ЛИЦО ФИРМЫ

Его действительно часто так называют, и не зря. Божественный вкус шоколада, будь то плитки или горячий, сливочный напиток, побуждает людей вновь и вновь отдаваться сладкому процессу его потребления, которое превращается в стойкую привычку. История какао уходит в глубь времен, за несколько веков до Рождества Христова. Еще майя, а за ними ацтеки возделывали культуру, которую они называли "какау". Его плоды очень ценились и использовались для приготовления темного, горько-острого напитка, который пили в особо торжественных случаях, на ритуальных церемониях и т.п. Надо сказать, что вкус этого напитка существенно отличается от бархатного вкуса горячего напитка наших дней.

В Европе шоколад впервые появился в Испании, где-то в XVI-XVII столетии. Вскоре великие моряки-голландцы покончили с испанской монополией, захватив Кюрасао. Они стали привозить какао-бобы из Америки в Голландию, где какао стало пользоваться невероятным успехом, причем врачи стали прописывать его чуть ли не при любом заболевании. Торговля какао-бобами стала расширяться, но потребление шоколада еще долго оставалось привилегией аристократии. Шоколад стал доступен "простому народу" лишь в XX веке, когда началось его по-настоящему промышленное производство. Надо сказать, что голландцы до сих пор сохранили превосходную репутацию как переработчики какао и производители высококачественных продуктов на его основе.

Горячий шоколад и сегодня остается, в некотором роде, маленькой радостью, лакомством, а также источником



Chocolate is often referred to as the "food of the gods". The heavenly taste of chocolate and the pleasure of indulgence make people hooked to the product, indifferent whether it is chocolate bars or a creamy hot chocolate drink.

The history of cocoa dates back to hundreds of years before Christ. The Mayans, and later the Aztecs cultivated cocoa, which they called "cacau". It was one of the precious ingredients for the preparation of a dark, bitter and spicy chocolate like drink. A beverage that was prepared for special occasions such as religious ceremonies and celebrations. In no way there is a comparison to the velvety hot beverage that we know today.

The first chocolate was introduced in Spain somewhere in the 16th or 17th century. Soon after, the Dutch, who were great navigators, broke Spain's monopoly of cocoa when they captured Curacao. They not only brought cocoa beans from America to Holland, where cocoa was greatly acclaimed and recommended by doctors as a cure for almost every ailment, but also enabled the trade in cocoa beans to spread. The consumption of chocolate was a privilege to the aristocracy. Chocolate wouldn't become accessible for ordinary people until the 20th century, the period of industrialisation and chocolate production really began. The Dutch still have an excellent reputation in the field of cocoa processing and making delicious products.

Still today, hot chocolate is a small treat, to celebrate the little moments during the day or give you the energy to take you through the day. Chocolate contains a combination of sugars and fats that can

энергии, который может поддерживать Вас в минуты усталости. Он содержит комбинацию сахаров и жиров, позволяющих Вам хорошо чувствовать себя в процессе потребления и после. Специальные научные исследования показали, что большинство потребителей испытывают при этом чувство удовлетворения.

ИДЕАЛЬНАЯ ЧАШКА

В наше время хороший шоколадный напиток легко приготовить в торговом автомате: просто нажмите на кнопку и получите свой шоколад. Наша компания ICS старается делать все, чтобы Вы могли вновь и вновь получить напиток высокого качества. ICS обладает более чем 30-летним опытом работы для вендинга, и вся наша продукция специально разработана для того, чтобы ее можно было использовать в торговых автоматах. Особое значение при этом имеет стабильность дозирования, а также хорошая сыпучесть и растворимость продукта. Залогом получения наилучших результатов является тщательный контроль на всех этапах производственного процесса. Все эти этапы осуществляются в точном соответствии с технологией, сертифицированной согласно международным стандартам ISO 9001 и HACCP.

Поддерживая на стабильно высоком уровне качество нашей продукции, мы одновременно стараемся повысить привлекательность напитков, приспособив их к местным вкусам, качеству воды и т.д. В тесном сотрудничестве с Valeo мы разработали прекрасный ряд шоколадных напитков, отвечающих самым высоким требованиям. Тем, кто любит сладкий шоколад, мы рекомендуем **Choco drink red label**. Он способен побаловать Вас и одновременно зарядить энергией.

Если Вы по натуре гурман и Вас влечет мягкий сливочный вкус горячего какао, обязательно попробуйте **Choco drink black label**. А для настоящих "шокоголиков" мы приготовили **Choco drink blue label** - ароматный шоколадный напиток с содержанием какао 14,6%.

ПЛЮС "ИНГРЕДИЕНТ ИКС"

ICS видит свою задачу в том, чтобы предложить Вам идеальную чашку. Во имя этого мы работаем рука об руку с профессионалами вендинга, которые верят в то, что важнее всего - гарантия удовлетворенности клиента. Среди этих профессионалов - Valeo, наш верный российский соратник. Если Вы захотите узнать что-нибудь еще о наших продуктах, обратитесь, пожалуйста, к Valeo или загляните на сайты www.valeofirm.ru или www.ics-vending.com.



make you feel good during and after consumption. Relevant scientific studies show increased feelings of satisfaction among the majority of consumers.

THE PERFECT CUP

Nowadays, a good chocolate drink is readily available from the vending machine. Just a press on the button and the chocolate is served. At ICS we make sure that you can expect a good chocolate time and again. ICS has over 30 years of experience in the vending industry and all our products are especially developed for the use in vending machines. Constant gram throw, free flowing of the product and good solubility is of utmost importance. To achieve the best possible results, each step of the production process is carefully monitored. These steps are laid down in standard international certified procedures like ISO 9001 and HACCP.

Besides guarding the constant, high quality of our products we give our beverages an extra boost by adapting recipes to local tastes and water conditions. In close co-operation with Valeo we developed a range of excellent chocolate drinks that appeal to every preference.

Choco drink red label

For those who love a sweet chocolate, we recommend the Choco drink red label. It is full of indulgence and gives you new energy.

Choco drink black label

Are you looking for a creamy, smooth and gourmet hot cocoa? The black label choco drink is absolutely one to try.

Choco drink blue label

For the real 'chocoholics' we recommend the blue label. A chocolate flavoured drink with a cocoa content of 14.6%.

ADD THE X INGREDIENT

ICS is dedicated to serve the perfect cup. To achieve this, we want to work closely together with professionals in the vending, who believe reliability and customer satisfaction are of utmost importance. Valeo is one of those specialists and our dedicated supplier in Russia. Do you want to know more about the range of products, please contact Valeo or look at www.valeofirm.ru or www.ics-vending.com



- **EVA и NAMA создали Всемирную вендинг-ассоциацию (WVA - Worldwide Vending Association)**, о чем было объявлено 10 мая в Лондоне на выставке AVEX. WVA стала итогом тесного сотрудничества Европейской и Североамериканской вендинговых ассоциаций в последние годы. Это событие оценивают как "исторический шаг" на пути развития вендинговой отрасли. Создание WVA стало реакцией на тенденцию к глобализации, проявившуюся в ряде политических актов, затрагивающих интересы вендинга. Цель ее создателей - содействовать интересам вендинг-индустрии в соответствующих структурах и органах на мировом уровне. В прошлом году в EVA по счастливой случайности стало известно, что доклад Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ), базирующийся на Глобальной стратегии по диетологии, физической активности и здоровью, включал рекомендацию 192 странам - членам ВОЗ "изгнать" автоматы из школ. К счастью, о рекомендации удалось узнать заблаговременно и благодаря этому успешно противодействовать принятию такого решения. "В следующий раз такого удачного стечения обстоятельств может и не произойти, - говорит в сентябрьском информационном бюллетене Катерина Пьяна, генеральный директор EVA. - Нам нужна новая организация для того, чтобы отслеживать такие предварительные решения, рекомендации и законопроекты, готовящиеся к принятию на мировом уровне, которые могли бы навредить вендингу". В первую очередь WVA планирует сконцентрировать свое внимание на следующих направлениях: дискуссии по проблеме ожирения; спецификации по выпуску монет и банкнот; зонны, касающиеся питания и окружающей среды. NAMA и EVA пришли к соглашению, что WVA будет расквартирована в Брюсселе, вести ее дела будут сотрудники EVA. Предусмотрено две формы членства в WVA: с решающим голосом (полное членство) и с совещательным голосом. Первым председателем WVA стал **Стивен Д. Росс** - нынешний председатель Североамериканской вендинговой ассоциации. Помимо него в состав совета вошли: **Роджер Вильямс**, финансовый директор EVA, **Аугусто Гарулли (EVA)**, **Эдди Хикс (NAMA)**, **Ричард Гирдес** (президент и исполнительный директор NAMA) и **Катерина Пьяна** (исполнительный директор WVA). Японская, Канадская и Бразильская ассоциации уже выразили свое желание присоединиться к WVA.
- В настоящее время ведется организационная работа по созданию Греческой вендинг-ассоциации. Принятие решения о вступлении ее в EVA запланировано на 1 декабря текущего года, когда будет проходить очередная генеральная ассамблея Европейской ассоциации.
- Следующая пан-европейская конференция операторов вендинга **EurOps** пройдет в начале лета 2007 в Афинах. Окончательная дата мероприятия еще обсуждается.
- Сотрудники EVA были приглашены принять участие в вендинговой экспозиции на выставке **BALKAN food&drinks**, которая будет проходить с 26 по 29 октября в Софии. EVA в лице Нины Пумпаловой уже во второй раз посетит болгарскую выставку, что позволит встретиться с ведущими игроками отрасли и стимулировать деятельность по созданию национальной вендинг-ассоциации.
- В конце мая текущего года Еврокомиссия представила новые Правила по медалям и жетонам, схожим с евро-монетами. Цель законопроекта - защитить монеты евро от фальсификации путем предотвращения выпуска медалей и жетонов с похожими параметрами. Еврокомиссия официально поблагодарила сотрудников EVA и ее членов - производителей монетоприемных механизмов за экспертную помощь в подготовке закона.
- Своей приоритетной задачей EVA считает участие в решении проблемы ожирения. 1 июля прошла вторая официальная встреча в рамках программы мер ЕС "Платформа по диетологии, физической активности и здоровью". EVA является членом-основателем этой программы, инициатором Еврокомиссией для борьбы с ожирением. Во время встречи Джиллиан Уайт, председатель Группы по диетологии и питанию EVA, провел презентацию деятельности компании Masterfoods как иллюстрации усилий вендинговой индустрии в обеспечении здорового образа жизни.
- С 10 октября 2005 г. EVA дает возможность бесплатно знакомиться на своем сайте www.eva.be со своими стандартами и "скачивать" их оттуда. Зарегистрировавшись на сайте, пользователь получает пароль, обеспечивающий доступ. В дальнейшем регистрация позволит EVA автоматически информировать пользователей об изменениях в стандартах и собирать мнения пользователей. На сегодня EVA выпустила 5 стандартов:
 - О безналичном вендинге
 - О передаче данных
 - Об измерении энергопотребления
 - О мобильных платежах
 - О мониторинге температуры

Этический кодекс Европейской вендинг-ассоциации

Единодушно принят на Генеральной Ассамблее ЕВА 11 декабря 1996 г. в Брюсселе.

Цели: Европейская вендинг-ассоциация, ее члены и члены национальных вендинг-ассоциаций, входящих в ЕВА, принимают на себя обязательство служить интересам общественности: как своих покупателей, так и общества в широком смысле, а также обеспечивать удовлетворительное качество предоставляемых продуктов и услуг. Они сознают свою ответственность перед отраслью и при ведении дел будут неперестанно прилагать усилия для повышения стандартов своей работы.

Задача: Они считают вендинг достойной сферой деятельности, предоставляющей им благоприятную возможность служить обществу особым путем. Поэтому они всегда будут в первую очередь стоять на страже общественного благосостояния и благополучия.

Они обслуживают вендинг-машины и сопутствующее оборудование таким образом, чтобы заслуживать доверие покупателей.

Они будут вести свой бизнес глубоко этично и ответственно, всегда обеспечивая качество продуктов, оборудования и услуг с тем, чтобы способствовать развитию вендинга как вида деятельности, направленного на должное удовлетворение запросов потребителя.

Они рассматривают вендинг-индустрию как современный и эффективный способ улучшенной дистрибуции в обществе продуктов и товаров. Они всегда будут предлагать общественности качественные товары и услуги.

Стандарты:

Они будут гарантировать, что все оборудование, продукты и услуги будут отвечать всем требованиям законов и стандартов с точки зрения конструкции, назначения, безопасности и гигиены, будут снабжены положенными описаниями и инструкциями и будут поставляться и эксплуатироваться в соответствии с законом и установленной практикой вендинговой торговли.

Услуги:

Производители, продавцы, операторы вендинг-машин и поставщики реализуемых продуктов будут использовать все доступные способы обеспечивать такую работу вендинг-машин, чтобы она внушала доверие обществу и заслуживала его. Для этого они будут содержать должным образом обученный обслуживающий персонал. В особенности они будут прилагать все усилия для обеспечения соответствия машин всем разумным требованиям удобства, безопасности и гигиены, а также для того, чтобы обслуживание соответствовало нормативам гигиены, принятым Европейской вендинг-ассоциацией или ассоциациями - ее членами, а также всем, установленным законом требованиям, для того, чтобы оборудование

поддерживалось в должном состоянии, обеспечивалось запчастями с тем, чтобы гарантировать разумный срок эксплуатации этих машин.

Операторы машин обязуются размещать на своих машинах достаточное количество информации, чтобы должным образом регламентировать действия покупателей, у которых возникают затруднения.

Они будут гарантировать такую поставку, установку, подключение и эксплуатацию машин и их комплектующих, включая обеспечение их инструкциями и запчастями, чтобы срок эксплуатации машин и комплектующих лежал в разумных пределах.

Они будут гарантировать, что машины будут удобны и эффективны в использовании и будут контролироваться и пополняться продукцией в режиме, согласованном с потребителями.

Оказываемые услуги:

Они будут гарантировать, что в местах установки машин, на поверхности аппаратов (или иным образом, соответствующим дизайну машины) будет размещено достаточно информации, чтобы идентифицировать предлагаемый продукт или услугу, способ совершения покупки с помощью автомата и (в случае неправильного срабатывания оборудования) название, адрес и номер телефона владельца или оператора, которому следует адресовать жалобы, а также процедуру получения компенсации.

Они будут следить, чтобы все машины для продажи товаров или услуг сопровождалась ясной и простой инструкцией по пользованию.

Процедуры по жалобам:

Они гарантируют, что все полученные жалобы, по которым они должны нести ответственность перед клиентами, будут рассматриваться быстро и эффективно, причем они будут стремиться удовлетворить соответствующее лицо или группу лиц настолько, насколько это будет сочтено разумным.

Они будут следить, чтобы машины всегда были чистыми, привлекательными и в хорошем рабочем состоянии. Они будут обслуживать их с привлечением квалифицированного персонала так часто, как того требует конкретный тип автомата по продаже товара или услуги, а также необходимость удовлетворять всем стандартам качества.

Они не будут принимать участия ни в одной из форм продажи, распространения, обслуживания или рекламы, могущих создать дурную славу использованию торговых автоматов или нанести вред имиджу отрасли в глазах общества.

Они будут активно противодействовать (коллективно или в индивидуальном порядке) участию лиц, связанных с рекламой и продвижением товара, в каких бы то ни было формах такой антирекламы.

Сравнительный анализ затрат на эксплуатацию различных кофейных автоматов

На российский рынок приходит все больше производителей торговых автоматов (ТА). Все шире выбор у тех, кто создает свои вендинговые сети. И все чаще звучат вопросы о том, чем отличается один автомат от другого. К сожалению, наш сегмент рынка недостаточно изучен и систематизирован, а изменения на нем происходят крайне быстро. Каждый из нас, поставщиков оборудования, изучает сильные и слабые стороны конкурентов, занимается позиционированием предлагаемого оборудования. Не претендуя на абсолютную полноту информации, мы все же взяли на себя смелость сравнить 10 наиболее часто встречающихся на рынке ТА, работающих на зерновом и растворимом кофе, и оценить уровень затрат на приобретение и эксплуатацию их на протяжении 5 лет. Оценки выполнены для сети из 20 ТА. В качестве критериев для сравнения мы выделили следующие:

1. Стоимость автомата без платежных систем,
2. Стоимость платежной



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

системы с функцией сдачи, рекомендуемой продавцом,

3. Объем загрузки стаканов,
4. Объем емкости для воды и возможность подключения к водопроводной сети,
5. Потребляемая мощность (при приготовлении напитка),
6. Наличие функции автопромывки,
7. Возможность снятия

статистики на внешние носители,

8. Возможность дистанционного снятия статистики и управления настройками автомата,
9. Стоимость и возможность настройки, обучения, консультаций,
10. Дизайн автомата,
11. Частота обслуживания автомата,
12. Срок гарантийных обязательств,
13. Стоимость пост-гарантийного обслуживания.

Именно перечисленные параметры влияют на сумму вложений, которые потребуются для успешного функционирования сети автоматов.

Конечно же, из этих параметров некоторые сложно оценить количественно, например, дизайн оборудования. Однако замечено, что чем эффективнее, ярче, аккуратнее автомат, тем выше продажи. Красивое привлекает. Понимая высокую степень субъективности в эстетических оценках, мы не стали учитывать их количественно.

Автоматы, работающие на зерновом кофе

1. Kikko ES6 (производство фирмы Necta)

Стоимость автомата без платежной системы – 3200 евро.

Стоимость платежной системы – около 1165 евро (монетоприемник Jedy и купюроприемник со стекером Anigora).

Вмещает до 500 стаканов, может подключаться к магистральному водоснабжению (это дополнительная опция).

Емкость для воды – 20 литров, потребляемая мощность – 1800 Вт.

Количество напитков – 16, преселекция – 1

(например, дозировка сахара).

Количество канистр – 1(кофе-зерна)+5 (растворимые продукты).

Есть функция автопромывки, снимается статистика на внешние носители. Есть (в качестве дополнительной опции) возможность получения SMS-сообщений об аварийных событиях, стоимость – около 200 евро.

Настройка оборудования по желанию покупателя стоит до 85 евро (зависит от компании-продавца, может быть и бесплатно).

Есть документация на русском языке (у большинства продавцов).

Дизайн – «на любителя», цвет – серый, мо-



Kikko



Gity MzE



Bianchi



Group 500

жет быть слабо заметен.

Частота обслуживания в неделю – 4 (при интенсивности 75-100 стаканов в день).

Количество автоматов на оператора – 20.

Для сети из 20 автоматов, человек – 1, заработная плата в год – $1 \times 500 \times 12 = 6000$.

Гарантийный срок – 1 год.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год – 300.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $(3200 + 1165) \times 20 = 87300$

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $6000 \times 5 + (4 \times 300) \times 20 = 62000$.

Итого за пять лет – 141 300 евро.

2. Bianchi BVM971.

Стоимость автомата с платежной системой, с функцией выдачи сдачи – 4640 евро.

Стоимость платежной системы – около 905 евро (монетоприемник NRI G46 MDB, купюрприемник NV7).

Вмещает до 700 стаканов, может подключаться к магистральному водоснабжению (это дополнительная опция).

Автономное водоснабжение – емкость 20 литров, снимается статистика на внешние носители (ноутбук), потребляемая мощность 2850 Вт.

Количество контейнеров – 1(кофе в зернах)+5(растворимые продукты)+сахар.

Есть функция автопромывки.

Отсутствует документация на русском языке.

Дизайн – современный.

Частота обслуживания в неделю – 4.

Количество автоматов на оператора – 15 (больше времени на обслуживание в связи со сложным устройством автомата).

Для сети из 20 автоматов, человек – 1,3; заработная плата в год – $1,3 \times 500 \times 12 = 7800$.

Гарантийный срок – 1 год.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год – 400. Сервисные услуги не оказываются, все работы производятся по индивидуальным заказам.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $(4640) \times 20 = 92800$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $7800 \times 5 + (4 \times 400) \times 20 = 71000$.

Итого за пять лет – 163 800 евро.

3. City MzE (Azkoym).

Стоимость автомата без платежной системы – 3580 евро.

Стоимость платежной системы – около 620 евро.

Вмещает до 500 стаканов.

Подключается к магистральному водоснабжению или автономному – емкость 20 литров, возможно расширение до 40 литров.

Потребляемая мощность – 1800 Вт.

Количество выборов – 16, преселекции – 4.

Количество миксеров – 3.

Количество контейнеров – 1(кофе зерна)+4(для растворимых продуктов)+ 1(сахар).

Снимается статистика на внешние носители (ноутбук), программирование автомата производится с помощью ноутбука.

Есть опция дистанционного управления настройками автомата, снятия полной статистики, настройки цен с помощью канала GSM.

Есть функция автопромывки.

Документация на русском языке. Русифицированный дисплей.

Повышенная вандалоустойчивость.

Настройка по запросу клиентов, обучение, консультации - бесплатно.

Дизайн – современный, сенсорные кнопки, цвет - синий(стандарт), возможна окраска в любой цвет для партии от 50 штук.

Частота обслуживания в неделю – 4.

Количество автоматов на оператора - 20.

Для сети из 20 автоматов, человек – 1, заработная плата в год – $1 \times 500 \times 12 = 6000$.

Гарантийный срок – 2 года.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год - 200.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $(3580 + 620) \times 20 = 84000$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $6000 \times 5 + (3 \times 200) \times 20 = 42000$.

Итого за пять лет – 126 000 евро.

4. SAECO GROUP 500 new

Стоимость автомата с платежной системой – 6440 евро.

Вмещает до 500 стаканов.

Подключается к магистральному водоснаб-

жению или автономному – емкость 20 литров.

Потребляемая мощность – 1500 Вт.

Количество выборов – 14.

Количество миксеров – 3.

Контейнеров – 1(кофе зерна)+3.

Документация на русском языке. Русифицированный дисплей.

Повышенная вандалоустойчивость.

Дизайн – современный, цвет – серебристо-синий.

Частота обслуживания в неделю – 3.

Количество автоматов на оператора – 20.

Для сети из 20 автоматов, человек – 1, заработная плата в год – $1 \times 500 \times 12 = 6000$.

Гарантийный срок – 1 год.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год – 600.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $6440 \times 20 = 128800$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $6000 \times 5 + (4 \times 600) \times 20 = 78000$.

Итого за пять лет – 206 800 Евро.

Суммарные затраты на покупку и эксплуатацию 20 автоматов в течение 5 лет составят:

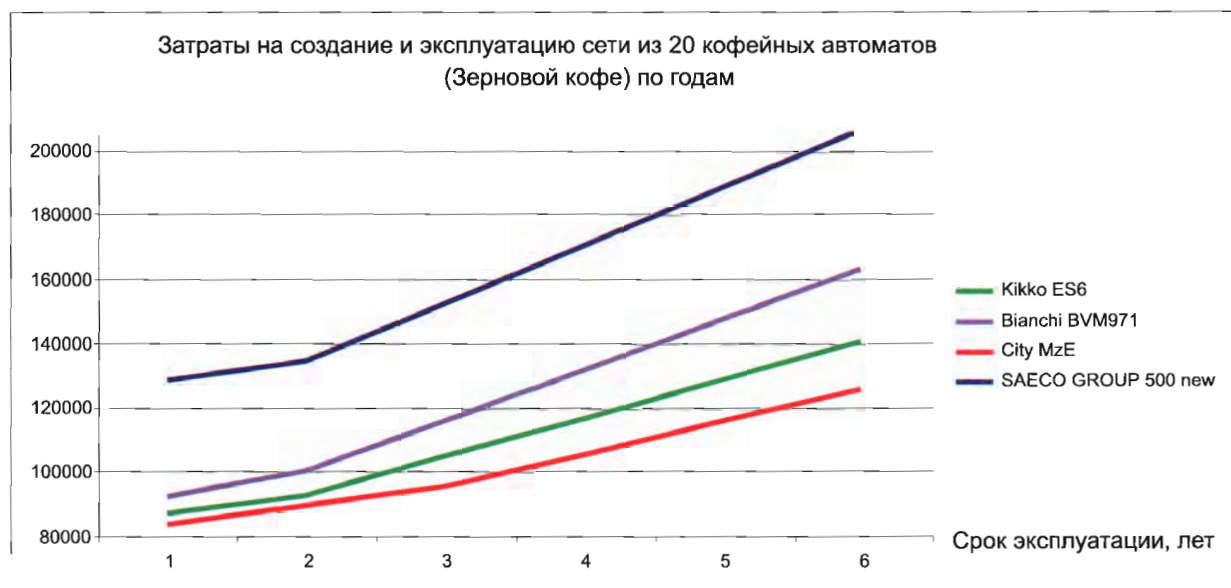
Kikko ES6 (производство фирма Necta)(зерно) 141300 евро.

Bianchi BVM971(зерно или порошок)163800 евро

City MzE (Azkoypen) (кофе в зернах) 126000 евро.

SAECO GROUP 500 new (зерно) 206800 евро.

Таким образом, отчетливо видно, что качественное сопровождение позволяет успешно работать и зарабатывать долгие годы.





SVM 6111N



Discovery



Sagoma



BVM951 IN

Автоматы, работающие на растворимом кофе

Моделей автоматов на растворимом кофе значительно больше, чем зерновых; к сожалению, мы не имеем данных по ряду автоматов, например по ТА «Слео» от компании «Экспресспродсервис», но желающие вполне могут воспользоваться предложенными критериями и расширить список сравниваемого оборудования.

Итак.

1. Venson - Samsung SVM 6111N

Стоимость автомата без платежной системы — 2700 евро.

Стоимость платежной системы (купюроприемник корейского производства) — 210 евро.

Вмещает до 600 стаканов, может подключаться к магистральному водоснабжению (это дополнительная опция).

Емкость для воды — 60 литров, потребляемая мощность 1200 Вт.

Нет функций автопромывки, не снимается статистика на внешние носители. Есть (в качестве дополнительной опции) возможность получения сообщений об аварийных событиях, стоимость — около 200 евро.

Настройка оборудования по желанию покупателя стоит 85 евро.

Есть документация на русском языке.

Программирование — с пульта автомата.



Kikko 17



Azkoyen

Дизайн — устаревший.
Вандалоустойчив.

Частота обслуживания в неделю — 4.

Количество автоматов на оператора — 10 (оператор проводит много времени у каждого автомата в связи с необходимостью проверок работоспособности и устранением мелких неполадок, сложным перепрограммированием автомата).

Для сети из 20 автоматов потребуется операторов – 2, заработная плата в год $500 \times 2 \times 12 = 12000$.

Гарантийный срок – 1,5 года.

Услуги по постгарантийному обслуживанию не оказываются. Предположительная стоимость запасных частей, ремонтных работ, с учетом транспортных расходов ориентировочно может составить в среднем в год – 800 евро.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $(2700 + 210 + 85) \times 20 = 59900$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $12000 \times 5 + (3,5 \times 800) \times 20 = 116000$.

Итого за пять лет – 175 900 евро.

2. Discovery (Вендо)

Стоимость автомата с платежной системой – 3900 евро.

Вмещает до 700 стаканов, подключается к магистральному водоснабжению.

Потребляемая мощность 2500 Вт.

Нет функции автопромывки, может сниматься статистика на внешние носители.

Есть документация на русском языке.

Дизайн – «на любителя».

Частота обслуживания в неделю – 5.

Количество автоматов на оператора -10.

Для сети из 20 автоматов, человек – 2, заработная плата в год – $2 \times 500 \times 12 = 12000$.

Гарантийный срок – 1 год.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год - 550.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $3900 \times 20 = 78000$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $12000 \times 5 + (4 \times 550) \times 20 = 104000$.

Итого за пять лет – 182 000 евро.

3. Sagoma (Rheavendors)

Стоимость автомата с платежной системой – 4120 евро.

Вмещает до 400 стаканов, подключается к магистральному водоснабжению.

Емкость для воды – 20 литров, потребляемая мощность – 1700 Вт.

Есть функция автопромывки.

3 миксера (не на каждый продукт).

Есть документация на русском языке и техническая поддержка.

Система Rhea Flash мгновенного снятия статистики и перепрограммирования автомата.

Дизайн – современный.

Частота обслуживания в неделю – 5.

Количество автоматов на оператора -12.

Для сети из 20 автоматов, человек – 1,9; заработная плата в год – $1,9 \times 500 \times 12 = 11400$.

Гарантийный срок – 1 год.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год - 600.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $4120 \times 20 = 82400$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $11400 \times 5 + (4 \times 600) \times 20 = 105000$.

Итого за пять лет – 187 400 евро.

4. Bianchi BVM951 IN

Стоимость автомата в комплекте с платежной системой – 3475 евро.

Стоимость платежной системы – около 905 евро.

Вмещает до 500 стаканов, может подключаться к магистральному водоснабжению (это дополнительная опция).

Автономное водоснабжение (емкостью 20 литров), снимается статистика на внешние носители (ноутбук), потребляемая мощность – 1400 Вт. Количество контейнеров - 6.

Есть функция автопромывки.

Отсутствует документация на русском языке.

Дизайн – современный.

Частота обслуживания в неделю – 4.

Количество автоматов на оператора – 10.

Для сети из 20 автоматов, человек – 2, заработная плата в год – $2 \times 500 \times 12 = 12000$.

Гарантийный срок – 1 год.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год - 400.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $3475 \times 20 = 69500$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $12000 \times 5 + (4 \times 400) \times 20 = 92000$.

Итого за пять лет – 161 500 евро.

5. Kikko I7 (производство фирма Necta)

Стоимость автомата без платежной системы – 3000 евро.

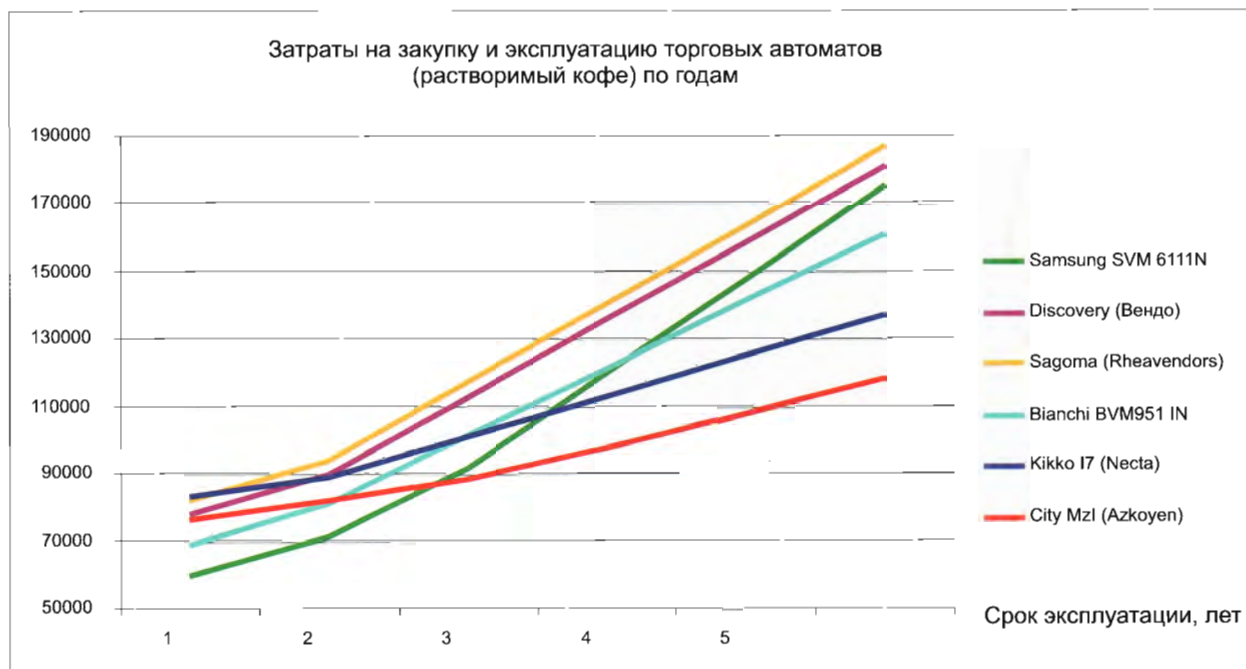
Стоимость платежной системы – около 1165 евро.

Вмещает до 500 стаканов, может подключаться к магистральному водоснабжению (это дополнительная опция).

Емкость для воды – 20 литров, потребляемая мощность 1800 Вт.

Есть функция автопромывки, снимается статистика на внешние носители. Есть в качестве дополнительной опции возможность получения сообщений об аварийных событиях, стоимость – около 200 евро.

Настройка оборудования по желанию покупателя стоит 85 евро, но это зависит от компании-продавца, может быть и бесплатно.



Отсутствует документация на русском языке у некоторых продавцов.

Дизайн – на любителя, цвет – серый, может быть слабо заметен.

Частота обслуживания в неделю – 4.

Количество автоматов на оператора – 20.

Для сети из 20 автоматов, человек – 1, заработная плата в год – $1 \times 500 \times 12 = 6000$.

Гарантийный срок – 1 год.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год - 300.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $(3000 + 1165) \times 20 = 83300$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $6000 \times 5 + (4 \times 300) \times 20 = 54000$.

Итого за пять лет – 137 300 евро.

6. City MzI (Azkoeyen)

Стоимость автомата без платежной системы – 3200 евро.

Стоимость платежной системы – около 620 евро.

Вмещает до 500 стаканов.

Подключается к магистральному водоснабжению или автономному (емкость 20 литров, возможно расширение до 40 литров).

Потребляемая мощность – 1800 Вт.

Количество выборов – 16, преселекции – 4.

Количество миксеров – 4.

Количество контейнеров – 5 (для растворимых продуктов) + 1 (сахар).

Снимается статистика на внешние носители (ноутбук), программирование автомата производится с помощью ноутбука.

Есть опция дистанционного управления настройками автомата, снятия полной статистики, настройки цен с помощью канала GSM.

Есть функция автопромывки.

Документация на русском языке. Русифицированный дисплей.

Повышенная вандалоустойчивость.

Настройка по запросу клиентов, обучение, консультации - бесплатно

Дизайн – современный, сенсорные кнопки, цвет - синий (стандарт), возможна окраска в любой цвет для партии от 50 штук.

Частота обслуживания в неделю – 4.

Количество автоматов на оператора - 20.

Для сети из 20 автоматов, человек – 1, заработная плата в год – $1 \times 500 \times 12 = 6000$.

Гарантийный срок – 2 года.

Стоимость постгарантийного обслуживания в сумме с запчастями в среднем в год - 200.

Единовременные вложения в закупку, настройку 20 автоматов – $(3200 + 620) \times 20 = 76400$.

Затраты на эксплуатацию в течение 5 лет: $6000 \times 5 + (3 \times 200) \times 20 = 42000$.

Итого за пять лет – 118 400 евро.

Суммарные затраты на покупку и эксплуатацию 20 автоматов в течение 5 лет составят:

Samsung SVM 6111N – 175 900 евро.

Discovery (Benzo) – 182 000 евро.

Sagoma (Reavendors) – 87 400 евро.

Bianchi BVM951 IN 161 – 500 евро.

Kikko I7 (Necta) 137 – 300 евро.

City MzI (Azkoeyen) – 118 400 евро.

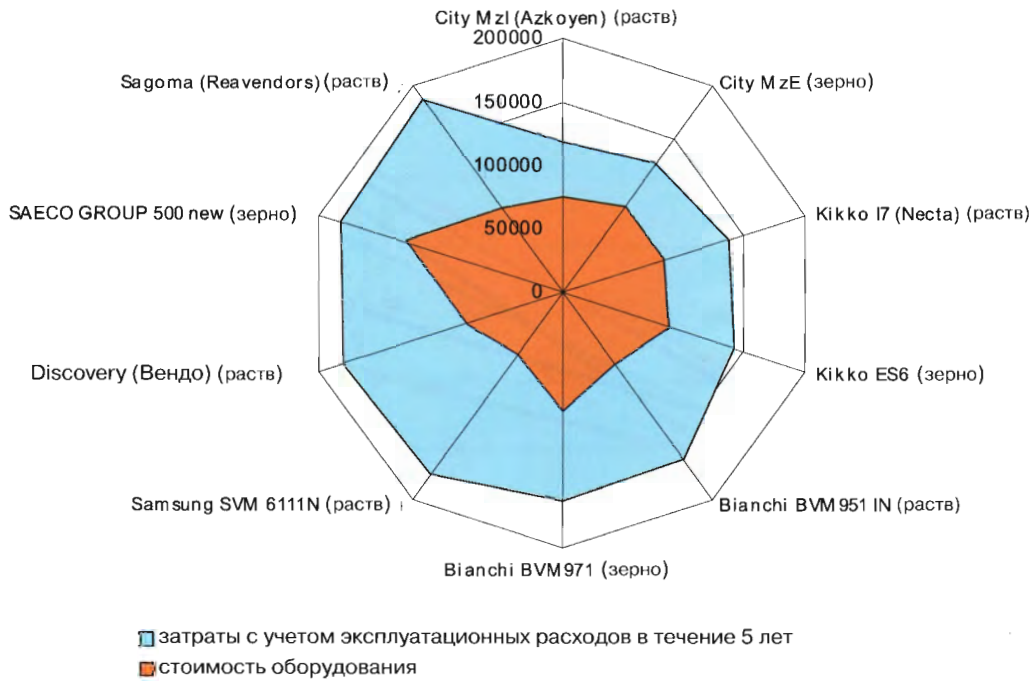


Диаграмма для порошковых автоматов показывает — заплатив меньше на старте, совсем не обязательно Вы получите более выгодные вложения за период в пять лет.

Более того, сравнивая суммарные вложения за пятилетний период для всех типов автоматов, можно заметить, что некоторые машины, работающие на растворимом кофе, могут обойтись дороже, чем ряд зерновых.

На диаграмме 3 наглядно представлено соотношение первоначальных затрат и затрат на период в пять лет.

Необходимо отметить, что в своей оценке мы не учитывали следующие виды затрат:

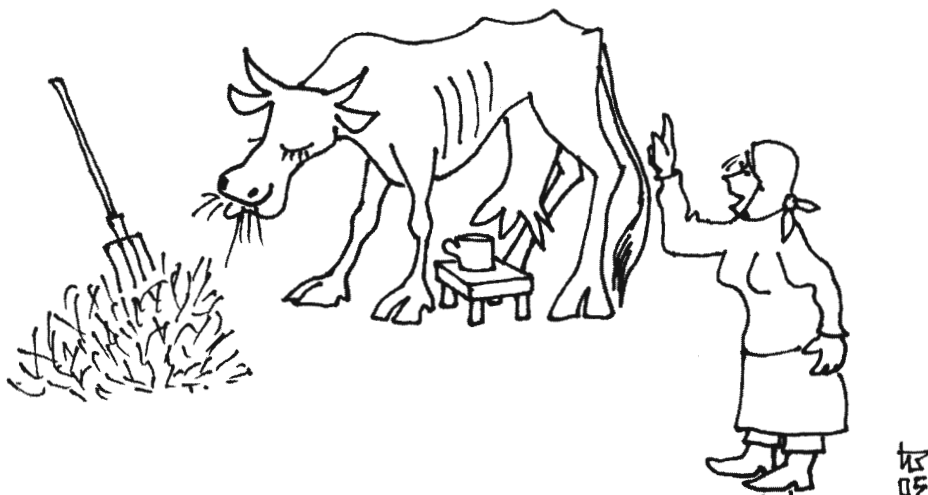
- Обслуживание автотранспорта
- Закупка ингредиентов

- Содержание офиса и склада.
- Реклама.

Это связано с тем, что данные затраты примерно равны для различных автоматов одного типа — порошок или зерно.

Данные, на основе которых готовился этот обзор, взяты из открытых публикаций и опросов представителей компаний-операторов.

Понимая, что некоторые цифры могут вызвать возражения у наших коллег — поставщиков оборудования, мы приглашаем всех к обсуждению и полагаем, что учет мнений других участников рынка позволит получить максимально объективную картину, как по оборудованию, так и по сервисным услугам.



Да ежели б я знала, что ты только жрать здорова!
If only I knew you've got nothing to pay the expenses but muck!

Как накормить миллион детей и уложиться в 3 миллиарда

(О проблеме вендинга в школьном питании)

17 августа В.И. Малышков - министр правительства Москвы, руководитель Департамента потребительского рынка и услуг и его заместители по департаменту - В.А. Варфоломеева и А.М. Кочетков провели пресс-конференцию, посвященную готовности к новому учебному году. Речь шла, в том числе, о новых тенденциях в организации питания в столичных школах.

В Москве 1500 школ, где обучаются почти 1,3 млн учащихся, и каждый год предусматривается открытие новых школ и капитальный ремонт старых. Питание организовано в 1049 школах.

Отбор предприятий обслуживания и, естественно, пищевых, которые сегодня поставляют значительное количество молочной и всевозможной другой продукции в фасованном виде, проходит на конкурсной основе. Приоритет отдается тем, кто не только уже работает, но и свою работу совершенствует (витаминизация продуктов, мелкая расфасовка). Естественно, и цена продуктов имеет значение.

В Москве бесплатно завтракают все учащиеся с 1 по 4-й класс - 170 тыс. детей. Кроме этого, 274 тыс. детей из многодетных и социально незащищенных семей получают бесплатное двухразовое питание - завтрак и обед - на 56 руб. Не все регионы могут себе такое позволить, но Москва выделяет значительные средства на питание школьников, и каждый год они увеличиваются: в прошлом году было выделено 2,4 млрд руб., в этом - около 3 млрд. Завтрак будет стоить 18 руб., обед - 38 руб.

Город богатеет, население тоже, родители дают с каждым годом все больше своим детям денег, которые можно потратить в школьном буфете или столовой. Это позволяет разнообразить пищу и правильно организовать систему питания.

Несколько лет подряд внедряются новые формы обслуживания учащихся. В этом году в 989 школах будет организовано питание по типу шведского стола. 60 школ обслуживается по типу бортового питания - там, где нет столовых, лишь простенькие помеще-



ния для буфета. В 451 школе учащиеся продолжают питаться по традиционной схеме - один вариант меню. В 559 школах установлены торговые автоматы: в них ребенок может, не стоя в очереди, взять булочку или попить, ассортимент в автоматах - до 80 наименований. Организуются мини-кафе, особенно в школах, где позволяют площади, барные стойки, фитобары, витаминные бары. В 50 школах оборудованы раздачи для старшеклассников отдельно от малышей. Еще одна новинка - интернет-кафе в школах: старшеклассники, особенно живущие поблизости, широко этим пользуются, потому что по сравнению с городскими интернет-кафе цены на порядок ниже.

Для московских предприятий-производителей, причем не только государственных, но и частных, участие в снабжении городских школ питанием - бизнес, постоянный заказ, и они серьезно борются за это право. Заявок поступило порядка 180, отобрано 128 поставщиков. Казалось бы, у всех предприятий условия равные, а кто-то вдруг предлагает на 20 копеек дешевле. В масштабах города набегаешь... Актуальным является и диетическое питание. В 245 школах есть день здоровья, в 80 - специальные программы здоровья. В этих школах питание будет организовано на основе диеты № 15, которая согласована с органами здравоохранения, Институтом питания, Департаментом здравоохранения. Задача состояла в том, чтобы еда была щадящая, но вкусная и привлекательная - дети, как известно, привереды.



По материалам газеты "Все о молоке, сыре и мороженом", август, №8/2005. Фото - Automated Services,

КОРЕЙСКИЕ ХРОНИКИ



Территория ДПУ. На заднем плане - здание библиотеки DUE territory. In the background - the library

Дешево, разнообразно и чисто

(Вендинг в Педагогическом университете г.Дэгу)

Корреспондент журнала посетил Национальный педагогический университет Дэгу и поделился своими впечатлениями от постановки автоматизированной торговли в этом ВУЗе.

Университет считается небольшим. Здесь на день посещения в 77 группах 12 факультетов обучалось 2682 студента. Помещения не слишком просторны, что побуждает использовать их с максимальной эффективностью. Планировка так организована, что, несмотря на относительную тесноту, здесь удобно работать и комфортно находиться. Определенную роль здесь играют торговые автоматы.

Inexpensive, diverse and clear

(Vending at Daegu National University of Education)

The magazine reporter has visited Daegu university of education and shares his impressions concerning automatic merchandising arrangement there with the readers.

Автоматы в библиотеке, где много читателей и, соответственно, высокая проходимость Vending machines in the library. A lot of readers means a pledge of demand



The university is considered to be a rather small one. At the day of the visit 2682 students were studying in its 77 groups at 12 faculties. Its premises are not very spacious, and it urges to use them with maximum efficiency. The lay-out is designed in such a way, that it is comfortable to stay and work here, despite the modest space available. A certain positive role is played here by the vending machines.

Всего на территории Университета установлено 15 автоматов. При их расстановке принималось во внимание и удобство студентов, и коммерческие соображения, что, в общем, не должно противоречить друг другу.

Одним из самых "ходовых" мест является дорога в библиотеку. В самой библиотеке установлено 4 автомата для продажи напитков в банках и в розлив. 2 автомата установлены в художественной студии, 2 - перед лекционным залом.

Чтобы увеличить объем продаж, оператор стремится поддерживать разнообразие товара как по ассортименту, так и в ценовом выражении. Баночные напитки стоят от 40 до 60 центов, кофе в розлив - 15-20 центов за порцию. За 10 лет цены на кофе не изменились, что способствует его популярности у студентов. В среднем объемы продаж прохладительных напитков и кофе примерно одинаковы, хотя их соотношение зависит от времени года (летом объем продаж прохладительных напитков возрастает).

Объем продаж напитков - это и показатель рентабельности бизнеса, и характеристика привлекательности напитка как товара. В целом реализация товаров и услуг среди студентов - это хорошая рекламная акция, и нужно способствовать повышению ее эффективности. Для этого необходимо обеспечивать надежность работы автоматов, поддерживать их надлежащее санитарное состояние. В университете принята система плано-предупредительного контроля. Независимо от объема обслуживания, персонал обходит автоматы два раза в день. Часто проводятся профилактические работы по очистке автоматов изнутри, обеспечи-



Автоматы, стоящие перед лекционными аудиториями
Before the lecture-rooms



Ким Ён Чел
внимательно и
грамотно
обслуживает
автоматы, что
способствует
увеличению продаж
Kim Yon Chel. His
attentive and careful
service helps to
increase sales



Автоматы, установленные
в художественном отделе
In the Art Department

The total number of VM installed here is 15. Both the students' comfort and the commercial considerations were taken into account; speaking generally, the two approaches are not to contradict each other. One of the most popular routes is the road leading to the library. As for the library, 4 machines to sell drinks in cans or in cups are mounted there. 2 machines can be seen at the art studio, and 2 - in front of the lecture hall.

In order to increase the sales, the operator tries to maintain the diversity of goods being sold both in their kinds and in their prices. The canned drinks usually cost from 40 to 60 cents, and the coffee from 15 to 20 cents per cup. The coffee prices have not been changed during the last 10 years, and that makes for its popularity among the students. Average sales of coffee and cold drinks are roughly equal, though the exact ratio depends on the season (in summer the sales of the cold drinks grow usually).

The sales of the drinks are the measure of the business profitability and, at the same time, they characterize the attractiveness of the drink as a good. In general selling of the goods to the students is a good promotion action, hence one should act to increase its efficiency. To do this it is necessary to provide for the reliable work of VM and to maintain their hygienic state proper. At the university a system of planned and preventive control is established. In accordance with it the staff inspects the machines twice a day, and the schedule doesn't depend upon the number of



Помимо
необходимого
ежедневного
обхода, присутствие
обслуживающего
персонала
необходимо в случае
экстренных ситуаций
In addition to daily
rounds, staff visits
become necessary in
urgent cases



Автоматы, стоящие
перед лекционными
аудиториями
Before the lecture-
rooms



В жаркую погоду спрос на напитки из
банок гораздо выше, поэтому
в продаже постоянно имеются
разнообразные дешевые напитки
(POCARI SWEAT - торговая марка
напитка)
Hot weather stimulates demand for
canned drinks; that is why various chips
drinks are always offered (POCARI SWEAT
is a drink trade mark)

ваются уход и приборка снаружи. Периодический
контроль снижает вероятность вандализма и
тяжесть его последствий, а также повышает
привлекательность оборудования с точки зре-
ния потребителей.

По материалам журнала **Vending Machine** (Ре-
спублика Корея), 2005 г., №5.

sales etc. The machines are cleaned both from inside
and outside regularly. The regular control lowers the
probability of vandalism and the graveness of its con-
sequences. It also makes the equipment look more
attractive for the customer.

Based upon the materials of **Vending Machine**
magazine (Rep. of Korea), 2005, № 5.

2005 5 자동판매기
KOREAN JOURNAL OF VENDING MACHINES

드림이든
HOPE
из
Страны
Утренней
Свежести

Корейский журнал Vending Machine

**Простые ответы
на сложные вопросы!**

?

1 Какой марки
выбрать автомат?

**Автоматы
Venson SAMSUNG это:**

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

2 Ищете лучшее
предложение?

АВТОМАТТОРГ 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 Черногорская д.б.
788-7339, 256-1545, 784-6801
e-mail: info@avtomattorg.ru

www.avtomattorg.ru

СИБА-Вендинг - 6 лет на рынке автоматизированной торговли

Шесть лет - по любым меркам достаточный срок для того, чтобы вынести вердикт о жизнеспособности фирмы. Что значили эти годы для ООО "СИБА-Вендинг", рассказывает генеральный директор компании Екатерина Смирнова.

Екатерина Вячеславовна, дел, конечно, много, но давайте на минутку остановимся и оглянемся: чем эти шесть лет были для компании, какие выводы можно сделать сегодня?

Если в двух словах, то сегодня нам приятно оглянуться назад и констатировать: наша компания растет, развивается, крепнет.

А с чего начинали?

Начинали, как положено, с ошибок. В 1999 году мы закупили свои первые 13 кофейных автоматов, и постепенно стали понимать, какие ошибки совершили при закупке.

Интересно, какие?

Первая ошибка - что, пытаясь сэкономить, мы купили автоматы с недостаточной для покупателя платежной системой. Наши автоматы были оснащены только монетоприемником, причем без функции выдачи сдачи, что значительно уменьшало продажи - ведь не у каждого в кармане может оказаться 10 - 15 рублей мелочью. О второй ошибке стало ясно только тогда, когда мы начали работать с автоматами, приготавливающими кофе из натурального зерна. Дело в том, что сначала, посмотрев и изучив на тот момент вендинг в России, мы (как и все) закупили автоматы для приготовления напитков из растворимого кофе. Так вот, когда мы закупили зерновые автоматы и начали их устанавливать на места "растворимых", то в некоторых местах продажи увеличились в четыре раза! Единственное, что на первоначальном этапе мы сделали правильно, так это то, что закупили автоматы итальянской фирмы Necta.

А почему выбор пал именно на Necta?

Мы поговорили с крупными итальянскими операторами, и они все в один голос сказали: только Necta. А хозяин одной из крупнейших вендинговых компаний Италии выразился так: "Если Вы хотите зарабатывать, то покупайте Necta, если хотите работать, то можете покупать все, что угодно".

А в чем преимущества Necta?

Во-первых, это - надежность. Понимаете, торговый автомат должен работать без сбоев от обслуживания до обслуживания - принял оплату, приготовил и выдал напиток. Если автомат начинает давать сбои, то это лишние рас-

SIBA-Vending: 6 years in the vending industry



Six years are (by any standard) a time enough to time enough to pass a verdict concerning a company's viability. What these years meant for SIBA-Vending is narrated by Director General of the company Ekaterina Smirnova.

M-me CEO, of course you have a lot of business, but let us stop for a minute and look around. What do those six years mean for the company, and what conclusions can be done today?

To put it in two words, it's a pleasure for me to look around and state: the company is growing, developing and strengthening.

And what did you start from?

We started, as usual, from the errors. In 1999 we bought our first 13 coffee vending machines and, gradually, came to understanding, what errors had been made in the process of buying them.

And what were they?

The first error was that trying to cut down expenses we bought machines equipped with payment systems not fully satisfying the customers. They were equipped with coin acceptors only, lacking the change giving function; it limited the selling substantially since not every person has got enough coins in his pocket to pay 10-15 roubles. The second error became clear only after we started to the machines using coffee beans. The point is that at the start we analyzed vending in Russia and, just as everybody else, bought machines preparing drinks from instant coffee. But later, as we acquired beans machines and installed them instead of "instant" ones, we discovered that at some places selling grew fourfold! But there was a single thing we did quite properly from the very start - I mean that we chose

ходы для оператора - клиенты начинают не доверять автомату и, естественно, меньше пользоваться им, что снижает доходы. Кроме того, приходится чаще подъезжать к автомату и ремонтировать его - соответственно растут затраты на рабочую силу и запчасти. Во-вторых, это - дизайн. Автомат должен привлекать внимание покупателей, чтобы у них появилось желание воспользоваться услугами машины. И в то же время автомат должен легко вписываться в интерьер любого офиса и помещения. В третьих, это - качествоготавливаемых напитков. При условии загрузки качественных ингредиентов автоматы Necta могут готовить эспрессо не хуже, чем профессиональные барные кофемашины.

Все эти нюансы прямо влияют на рентабельность бизнеса, и по всем этим показателям Necta далеко опережает всех своих конкурентов.

О качестве Necta свидетельствуют многие факты. Сегодня в Европе - каждый третий автомат произведен этой компанией. Ведущие мировые производители кофе - Nestle и Lavazza - создали с Necta свои серьезные проекты. Даже японцы, знающие толк в точной механике, и в автоматах в частности, закупают торговые автоматы у Necta.

Вы упомянули, что сначала неправильно выбрали платежные системы...

Да. Но, на сегодняшний день, мы сделали свой выбор, и с платежной системой у нас нет проблем. На всех своих автоматах мы уже в течение четырех лет используем платежные системы итальянской компании Fage. Fage - это комплекс платежных систем для вендинга, включающий в себя монетоприемники, считыватели электронных ключей и пластиковых карт, компьютерные программы для ведения статистики продаж и программирования режимов работы платежной системы.

Но основное, чем привлекла нас Fage, - это статистика продаж, которую может выдавать система в электронном виде. Ведь основное правило для компании - это отслеживание продаж и контроль сотрудников. В файле, который формирует система, отображается полная статистика продаж: дата / время снятия статистики, дата предыдущего снятия, номер автомата, сколько автомат принял денег, выдал напитков, сдачи и много других параметров, позволяющих вести полный контроль за работой сотрудников и каждого автомата в отдельности. Сегодня без компьютерного учета никуда.

machines produced by Necta, an Italian company.

Why did you choose this producer?

We talked to major Italian operators, and they told us unanimously: only Necta. And the owner of one of the most important Italian companies said: "If you want to earn, buy Necta; if you want to work, then you may buy whatever you like".

What are the advantages of Necta?

Firstly, it's the reliability.

You know, your vending machine ought to work without failures from attendance to attendance: accepts payment, cooks the drink, serves it. The more the failures - the more operator's expenses; customers lose faith in the machine and repair it more often - therefore you waste more for wages and spare parts. Secondly, it's the design. The machine must attract the consumers' attention, or else they will not desire to use it. At the same time the machine should blend adequately into the interior of any office or room. Thirdly, it's the quality of the drinks. If you load them with high quality ingredients, Necta machines can cook espresso not worse than professional bar coffee machines do it. All these nuances affect the profitability of the business, and by all of them Necta surpasses all its competitors.

Necta's quality can be evidenced by many facts. Today in Europe every third vending machine has been produced by the company. The world leading coffee producers - Nestle and Lavazza - have launched their serious common projects with Necta. Even the Japanese, who are recognized experts in fine mechanics and in particular in vending machines, are buying the latter from Necta.

You mentioned your first choice of payment systems was wrong...

That's right. But our today's choice is correct, and we have no more problems with the payment systems. During the last four years we have been using payment systems made by Fage, an Italian producer. Fage is a complete set of payment systems, including coin acceptors, electronic key and card readers, as well as computer programs managing sales statistics and modes of payment system operation. The property of Fage that attracted us most was the sales statistics presented by the system electronically. The main rule of any company is to control its sales and the staff. File formed by the system presents full statistics, including the date and the time of current and the previous presentation, machine's number, quantity of money it accepted and of drinks it served, the change it gave, and many other parameters allowing to have



Вы поставляете на российский рынок только оборудование для вендинга?

Не только. Мы еще поставляем и расходные ингредиенты. Ведь ингредиенты - один из самых важных факторов успешного ведения вендингового бизнеса. Если напитки будут невкусными, то их не будут покупать, а, значит, не будет дохода. Мы решили, что раз мы работаем на итальянском оборудовании, то и расходные материалы лучше закупать в Италии. Это зерновой кофе **Covim** и специализированные растворимые ингредиенты для торговых автоматов компании **Prontofoods**. Кофе **Covim** специально разрабатывался для вендинговых автоматов и сегодня используется многими компаниями, а растворимые ингредиенты **Prontofoods** используют практически все вендинговые компании Италии. Достаточно сказать, что заводские настройки автоматов Necta рассчитаны специально для продуктов **Prontofoods**.

Вы все поставляете из Италии, что, нет других стран-производителей?

Конечно, есть. Но дело в том, что вендинг по кофейным автоматам, то, чем занимаемся мы, начинался и получил самое сильное развитие в Италии. Всем известно, что итальянцы - настоящие ценители эспрессо, для них это напиток №1. Поэтому неудивительно, что многие ведущие мировые производители кофе, кофейного оборудования и оборудования для вендинга находятся именно на Апеннингах.

Какие основные направления деятельности компании сегодня?

Основное направление - это популяризация вендинга в России. Сегодня многие не знают, что такое торговые автоматы, боятся к ним подходить. Наша задача - довести это до населения. Поэтому мы не только сами устанавливаем автоматы, но и продаем их, и обучаем своих клиентов изначально правильно организовывать свой бизнес, чтобы они не допускали множественных ошибок, которыми грешили мы на ранней стадии развития. Недавно у нас появилось новое направление - вместе с компанией **Lavazza** мы продвигаем на российский рынок кофемашины **Lavazza BLUE**, которые предлагают удобный принцип приготовления кофе из капсул. Продукция этой компании в каком-то смысле стала символом итальянского эспрессо и даже Италии вообще. Сегодня каждый третий итальянец предпочитает кофе именно **Lavazza**, поэтому надеемся, что и наши люди по достоинству оценят его качество.

Екатерина Вячеславовна, очень приятно, что компания не стоит на месте, а развивается, причем на прочном фундаменте. Позвольте пожелать Вам дальнейших успехов и поблагодарить за беседу. У Вас есть, чему поучиться.

Спасибо и Вам за возможность высказаться.

full control of the staff and each machine they operate. Nothing can be done today without computerized control.

Do you supply only vending equipment to the Russian market?

Not only. We also supply the expendable ingredients. The ingredients present one of the most important factors necessary to develop vending business. If the drinks are unpalatable, they won't be bought, and hence there'll be no income. We decide that if we operate Italian equipment, it would be better to buy the expendables in Italy as well. These are **Covim** coffee and special instant ingredients for vending machines produced by **Prontofoods** company. **Covim** coffee was specially designed for vending, and it is used now by many companies; as for instant ingredients from **Prontofoods**, they are used by practically every vending company in Italy. It is enough to mention that **Necta** vending machines are factory tested and adjusted taking into consideration the properties of **Prontofoods** products.

Everything you supply seems to come from Italy. Aren't there any other countries to buy from?

Of course there are. But the point is that we are engaged in coffee vending, the business that originated in Italy and had its strongest development there. Everybody knows the Italians are the best connoisseurs of espresso - drink №1 for them. So it is not surprising that many world leading producers of coffee, coffee and vending equipment are located in the **Apennines**.

What are the main directions of the company's activities today?

The main direction is to popularize vending in Russia. Today many people don't know what the vending is and are afraid to come up to **VM**. Our task is to promote them. Therefore we do not limit ourselves to installation; we are selling the machines and teaching our clients to arrange their business properly from the very beginning, not to commit the numerous errors that were characteristic of ours.

Our new direction is collaboration with **Lavazza** company in promotion in Russia of their new line of coffee machines - **Lavazza BLUE**, based on a simple and efficient cooking technology with coffee capsules. The company products are symbolizing Italian espresso and, in some sense, the very Italy. Today every third Italian gives his preference to **Lavazza** coffee, so we hope that our people will also appreciate it at its true value.

Ekaterina Vyacheslavovna, it's nice to hear the company is not stagnant, but developing, basing on a sound foundation. Let us wish you further successes and thank you for the interview with useful instructions.

I also thank you - for the possibility to share the experience.



ПРОД



9-Я СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА

ДВИЖЕНИЕ

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

**9-12
НОЯБРЯ**

• УСК •
ОЛИМП
Приморский, 49
Тольятти

Так что там, в Турции?

Игорь Зотов, Vending Business

В №3 за этот год был опубликован обзор европейского рынка вендинга. Его автор, Джанмарко Броджини, приводя статистику по оснащенности разных стран торговыми автоматами, отмечает, что у него отсутствуют данные для ряда новых членов ЕС, Турции и России. Соседняя диаграмма, правда, приводит данные по объему продаж торговых автоматов в перечисленных выше странах с оговоркой, что они могут быть не полными. С правого края на диаграмме находится почти не видимый невооруженным глазом столбик, свидетельствующий, что в 2003 г. в Турции было продано аж 300 торговых автоматов. Цифра эта вызвала у автора сомнение: как же так, страна на пороге вступления в Евросоюз, столько всего строит и производит, принимает миллионы туристов - и почти обходится без вендинга? Да быть того не может! Поэтому в августе, проводя отпуск на средиземноморском побережье Турции, автор постарался, насколько возможно, сомнение это разрешить.

Сразу же отмечу, что в моем распоряжении не было никакой официальной статистики. Источниками информации были личные впечатления от юго-западного побережья между Анталией и Мирой и беседы с местными жителями. И оба источника дали один результат: по крайней мере, в курортной зоне турецкий вендинг не существует. В бурно развивающемся городе-миллионнике Анталии, где значительный процент населения составляет молодежь - ничего. В прекрасно организованном аэропорту ни на одном из четырех уровней - ни одной вендинг машины. То, что удалось обнаружить на обследованном побережье, укладывается в полдюжины единиц, поэтому перечислю "поименно":

1. В приморском парке имени Ататюрка в одном из районов Кемера был обнаружен музыкальный автомат-проигрыватель компакт-дисков, стоявший под открытым небом рядом с кафе. Через не-

So what's over there, in Turkey?

Igor Zotov, Vending Business

This year, in issue #3, we have published a review of the European vending market. Its author, Gianmarco Broggin, citing statistics concerning number of inhabitants per a VM in different countries, marks he lacks data for some new EU members, Turkey and Russia. The adjacent diagram shows some data about VM sales in the abovementioned countries with reserves they may be not full. At the right edge of the diagram one can hardly see a low column showing that in 2003 as much as 300 VM has been sold in Turkey. The number made the author to doubt in its reality: could it be that a country going to enter EU, building and producing a powerful lot, accepting millions of tourists - could manage without vending? Absolutely impossible! Therefore, this August, spending his leave at the Mediterranean coast of Turkey, the author decided to try and resolve the doubt.

To be frank, I must state from the start that I did not possess any official data. The sources of information were the personal impressions from the South-West coast between Antalia and Mira and talks with the local inhabitants. The two sources gave the same

result: no Turkish vending exists - at least within the popular resort zone. Take Antalia, a rapidly developing city inhabited by a million people with high percentage of youth - no VM. Even in its finely designed airport - not a single VM on all the four floors. All that has been found at the investigated coast was numerically confined within half a dozen, so I can easily specify the examples:

1. In a seaside park (named after M.K. Ataturk) in the vicinity of Kemer a CD juke-



делю juke-box исчез; на вопрос, что с ним случилось, хозяин кафе грустно улыбнулся и лаконично ответил: "Cancelled" (аннулирован).

2. В том же районе в магазине сувениров недалеко от кассы в окружении ковриков, игрушечных змей и кальянов сиротливо стоял маленький засыпной автомат для продажи шариков жевательной резинки. Ему явно нехватало детского внимания.

3. В г.Мира, бывшем некогда центром епархии Св.Николая Мирликийского (он же - Санта-Клаус) между находящимся в состоянии реставрации кафедральным собором, настоятелем которого во времена императора Константина был Николай, и лавкой, где продаются христианские иконы, выполнены в разной художественной манере, установлены сразу два автомата, торгующие услугами. Один из них обещает клиенту целительный вибромассаж ног; другой занимается антропометрией, сопоставляя Ваши рост и вес с нормативами.

4. Было бы несправедливо не упомянуть кофемашины типа офисных, две из которых встретились в отеле с красивым названием "Клуб Бельпинар". Наверняка такие существуют и в других местах, в том числе, разумеется, в офисах. Но в целом описанная выше картина для района, где проживают, трудятся и отдыхают несколько миллионов человек, выглядела несколько неожиданной.

В чем же здесь дело? Не исключено, что совместно работают несколько факторов. Во-первых, какое-то значение (хотя вряд ли решающее) может иметь тот факт, что значительное число отдыхающих обитает в отелях по системе "все включено". Во-вторых, нигде не деться от реальной конкуренции мелкорозничной торговли и общепита. Но, думается, что основную роль играет (по крайней мере, играла до последнего времени) ситуация с платежными средствами. В течение длительного времени ге-

box was found, standing beside a cafe. The device disappeared within a week; being asked what had happened, the cafe owner smiled sadly and answered in one word: "Cancelled".

2. In the same region in a souvenir shop, close to the cashier, surrounded by carpets, toy-snakes and hookahs, a lonely gumballs machine was standing. It obviously lacked kids' attention.

3. In the town of Mira, the former centre of the eparchy, headed by St.Nicholas, widely known as Santa Claus, between a cathedral in the state of perpetual restoration and a shop selling Christian icons made in various art manners a pair of automatic machines can be seen simultaneously. One of them suggests to make curative vibromassage; the second is engaged in anthropometry, comparing your height and weight with the standard parameters.

4. It would be unfair to omit office coffee-machines, two of which were met at a hotel named beautifully "Club Belpinar". I am sure such machines can be found in other places, including offices, of

course. But, taken as a whole, the picture afore-described looked rather unexpected for a region where several millions people live, work and rest.

So what is the gist of the matter? It can't be excluded that several factors are acting jointly. Perhaps some importance (but not decisive) can be ascribed to the fact that a lot of holiday-makers are lodged in the hotels according to "all included" scheme. Secondly some real competition is presented by the local trade and catering systems. But it may be reasonable to suggest the main role is (or at least has been) played by the state of the payment system. For a long time the monetary system in Turkey was unstable. Inflation, "diving" rate of the currency exchange could hardly favor introduction of



нежная система Турции была неустойчивой. Инфляция, "гуляющий" курс лиры - все это не благоприятствовало внедрению автоматизированной торговли. К тому же (а отчасти по этой же причине) в курортной зоне имеет свободное хождение иностранная валюта. Ценники в магазинах в основном указывают цену в долларах, реже - в евро. В ряде витрин висит табличка: "Принимаем российские рубли". Последнее не случайно: по данным туроператоров, 95% отдыхающих на побережье - русские, как здесь собирательно называют граждан РФ и частично СНГ.

Последний вопрос: что можно прогнозировать? Турецкое руководство, разумеется, понимает важность стабильной денежной системы. В этом году в стране прошла денежная реформа. Новая лира "стоит" около 0,7 доллара, соответствующая монета способна стать вполне приемлемым платежным средством (не говоря уже о банкнотах). Так что решающим фактором может оказаться устойчивость курса. Ну, что же, дай им, как говорится, Бог. Подождем - увидим.

P.S. Уже после того, как материал был сверстан, поступили новая информация. Во-первых, вендинг в Турции все же существует. Подтверждение тому - предстоящее 20 октября в Стамбуле провозглашение национальной вендинг-ассоциации. Во-вторых, в стране существует и производство торговых автоматов. С 1980-х годов компания **Elektral Elektromekanik Metal Detectors** (г.Измир) выпускала автоматы для приготовления чая на базе релейных логических схем; было выпущено несколько тысяч автоматов, причем, насколько известно, в качестве платежного средства использовались жетоны. Сейчас завод кроме основной продукции (металлодетекторов) налаживает выпуск современных автоматов на микропроцессорной базе для продажи штучных товаров (снежки, напитки и пр.). По слухам, некоторое их количество было реализовано в Узбекистане.

automatic merchandising. Besides (and partially for the same reason) foreign currency circulates freely in the resort zone. Price-labels in the shops indicate prices mainly in US dollars, sometimes in euros. In some shop windows a notice can be seen: "We accept Russian roubles". This seems to be not casual: according to tourism operators, about 95% of the tourists at the coast are Russians, as people here call the citizens of RF and sometimes the guests from the other FSU countries.

Now the last question: what can be forecasted? Of course, the Turkish leaders understand the importance of the stable monetary system. This year a currency reform took place. New lire "costs" about \$0.7; a corresponding coin can serve quite an acceptable payment means (not to mention banknotes). So the decisive role may be played by the stability of the exchange course. Well, good luck to our colleagues. Let's wait and see.

P.S. After the material was made up, some new information arrived. Firstly, Turkish vending does exist. It can be confirmed by the fact that proclamation of national vending association is scheduled by October 20 in Istanbul. Secondly, there exists also manufacturing of vending machines in the country. From 1980's a company named **Elektral Elektromekanik Metal Detectors** from the town of Izmir was building tea machines using relay logics. Several thousand machines have been built using, presumably tokens as payment means. Now the plant in addition to its major produce - the metal detectors is producing up-to-date microprocessor machines for vending piece-goods like snacks, drinks etc. People say some of them have been supplied to Uzbekistan.



VI КАЗАХСТАНСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

РАЗВЛЕЧЕНИЯ и ОТДЫХ



АЛМАТЫ, КАЗАХСТАН
КЦДС "АТАКЕНТ"

2006
АПРЕЛЬ

ALR'2006



ОРГАНИЗАТОР:



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

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

Издается с марта 2004 года. Тираж 1 500 экз.

Журнал распространяется в большинстве регионов России и в Украине.

127422, Москва, ул. Костякова, г. 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 начало 2006 г. (составьте график своих публикаций, поставив знак X в соответствующей ячейке, и отправьте бланк в редакцию).

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

1. Стоимость размещения рекламных материалов (без учета НДС)

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

- На внутренних страницах

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

- На обложках:

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

- При публикациях предусмотрена гибкая система скидок.

• Если у Вас нет готового рекламного модуля, Вы можете заказать его у нас. Стоимость разработки модуля зависит от сложности, но, как правило, находится в пределах 100-150 евро (за полосу формата A4).

2. Технические требования к предоставляемым для публикации материалам.

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

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

• Иллюстрации, фотографии — в электронном виде (СМЮК, 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, СМЮК, 300 dpi. (Для внесения корректуры в рекламу редакцией — файлы в формате PSD, слою «не слышны»).

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 скобках указаны номера страниц)

Авангард (14)	Gel-Matic (15)
Автоматторг (3, 38)	Gerhardt (8, 9)
Астор ВЦ (15)	HIM Sondermaschinen (7)
Атакент-Экспо (46)	Huhtamaki (4, 11)
Валео Фирма (23)	ICS (13, 23-24, 25)
Венгорус (28)	ITE (14)
Все для отеля (15)	Koelnmesse (5)
Германская вендинг-ассоциация (12)	Lavazza (16, 41)
Кельнmesse (4)	LF (17)
Национальная ассоциация автоматизированной торговли (НААТ) (1)	Masterfoods (26)
Неспрессо Россия (15)	Meal Company (9)
Профессиональные и торговые автоматы (16)	Meica (9)
Р Стори (16)	MEI Global (Mars Electronics) (19)
Рустов-Импекс (16)	Mertens Group (9)
СИБА-Вендинг (01, 39)	NAMA (19, 26)
Уральский электрохимический комбинат (15)	National vending association (NVA) (1)
Финансбанк (17)	Necta-Wittenborg (8, 9, 28, 32, 39)
Формтрейд (21)	Nestle (4)
ЭКСПО-Тольятти (42)	Newspaper Direct (17)
AMTechnology Group (18)	Pannon Matic Co. (10, 11)
Automated Services (35)	Prontofoods (41)
Azkoyen (4, 29, 33)	Red-Croc (7, 8)
BDV (5, 12)	Rheavendors (32)
Bianchi (29, 32)	RPC Tedeco-Gizeh (11)
Dart Co. (9, 10)	RSBEXPO (22)
Coca-Cola (19)	SAECO (16, 30)
Coin Co. (19)	Servomat Steigler (9)
Daegu Natl Univ. of Education (36)	Sielaf (7, 8, 9)
Electral Elektromekanik Metal Detectors (45)	Trautwein SB technik (8, 9)
EVA (19, 26)	Valeo (23-24, 25)
EVMMA (19)	Vending Corp. (7, 8)
Fage (40)	Vending Machine Mag. (38)
	Vendo (6-9, 32)
	Venson-Samsung (31)
	Veromatic Intl (7,8)
	Wurlitzer (8, 9)
	WVA - Worldwide Vending Association (26)



ВСЕ ДЛЯ ВЕНДИНГА

- торговые автоматы *Bianchi*
- продукты для кофейных аппаратов (*Caprimo*, кофе *Tchibo*)
- запасные части и расходные материалы для всех типов торговых автоматов
- техническая поддержка и обучение



ООО "Рувендор" 129226 Москва ул.Докукина,д.10
 тел.: +7(095)741-80-81 +7(095)589-7637 тел./факс: +7(095)258-9057
 E-mail: info@ruvendor.ru www.ruvendor.ru

Коллектор для использованных вендинг-стаканчиков



КРАСИВО
БЕЗОПАСНО
ПРАКТИЧНО



Санкт-Петербург.
Тел./факс + 7 812 321 6299;
info@vending.spb.ru

800 стаканов
и ничего лишнего