

Тарас Чигарин



ВЕНДИНГ

БИЗНЕС

МЕХАНИЧЕСКИЕ
ТОРГОВЫЕ
АВТОМАТЫ



Издатель: Светлана Зенина

Тарас ЧИГАРИН

Вендинг–бизнес:
механические
торговые автоматы

Орёл
Издатель Светлана Зенина
2005

ББК 65.9(2) 421с51
Ч58

Редактор И. Л. Зотов

Редакционный совет:
Е. Ю. Янчик, А. С. Хопто,
Д. А. Полянский, А. Н. Мизернюк,
О. В. Кузнецова

Дизайн обложки «Probanner.ru»

Дизайн иллюстраций:
Л. Ю. Пермикина, И. Ю. Лапинова

При перепечатке ссылка на издание обязательна.
Учредитель ООО «Гамбол»
www.gumballs.ru

Официальный веб сайт книги
www.vendingbook.ru

Чигарин Т. Г.

Ч 58 Вендинг-бизнес: механические торговые автоматы /
Тарас Чигарин. – Орёл : С. В. Зенина, 2005. – 128 с.
ISBN 5-902802-03-2

Книга-путеводитель по вендинг бизнесу, покоряющему мир. Предлагаем вам пройтись по лабиринтам одного из направлений вендинга: механические торговые автоматы.

ББК 65.9(2) 421с51

Содержание

Введение	4
Торговые автоматы шагают по миру	6
О вендинг-бизнесе	13
Экономика вендинг-бизнеса	20
История возникновения бизнеса с механическими торговыми автоматами и развитие его до наших дней	30
Становление в России и странах СНГ	34
Особенности механических торговых автоматов	36
Какие бывают торговые автоматы bulk vending machine?	
Основные производители / лучшие торговые автоматы ...	48
Причины популярности торговых автоматов	50
Как начать свой бизнес?	56
Прибыльность и окупаемость механических торговых автоматов	59
Повышение продаж: механизмы	75
Идеи вендинга с bulk vending machine	77
Переговоры и установка торговых автоматов	81
Формы работы с торговыми точками	84
1) аренда площади	84
2) поставка наполнителей	88
3) иные формы работы	92
Заключение договора	93
Юридические аспекты работы с автоматами	97
Работа после установки торговых автоматов:	
обслуживание сети	101
Оптимизация работы	105
Какие могут возникнуть сложности, и как их преодолеть?	111
Налоговый учет и торговые автоматы	114
О вариациях бизнеса: кондоматы	118
Послесловие	121

Введение

В 90-е годы в России возникает много новых явлений: Интернет, сотовая связь и... вендинг-бизнес. Правда, если с Интернетом и мобильными телефонами мы не очень отстали от Запада, то с вендингом запоздали на целых 100 лет. За это время в США, Канаде, Японии торговые автоматы стали совершенно привычным, обыденным явлением.

У нас же, наоборот, появление новой серии автоматов вызывает бурный восторг у населения, что сулит высокие прибыли вендинг-бизнесменам. Все новое российскому покупателю в радость. А нового в вендинге будет еще очень много.

Итак, XX век в России ознаменовался зарождением нового *перспективного* вида бизнеса – вендинга¹. Он принес большие доходы тем, кто его начинал, и стабильно высокие прибыли большинству из продолжателей. И в настоящее время вендинг-бизнес – это бизнес с большой буквы.

Наступило новое время – время торговых автоматов. В Японии, США и ряде других стран каждая пятая (!) покупка совершается через торговые автоматы. Торговые автоматы везде – от парковки до магазина, и это – сервис, товары, услуги и многое другое. Торговые автоматы в развитых странах приносят их владельцам миллиардные прибыли.

Общий мировой оборот через торговые автоматы составляет многие десятки и сотни миллиардов долларов.

Чем обусловлено стремительное развитие вендинга по всему миру?

Принося 300-500% прибыли в год с вложенных средств, торговые автоматы за свой срок службы окупают себя 30-40 раз. Это факт.

¹ Vend (от англ., Vendere) – продавать; vending – торговля в розницу. Первоначально слово употреблялось для обозначения розничной торговли, преимущественно посредством уличных торговцев. В качестве продаваемого товара может использоваться разнообразная продукция, в основном не очень большая по объему, размеру – жвачка, сигареты, напитки, журналы, конфеты, презервативы и пр. Отсюда и другие производные слова: vender (vendor) – «тот, кто торгует» – торговец, торговый автомат. Тот же смысл имеют и термины: vending machine, coin machine, coin operated machine (машина, срабатывающая от монет). Последний термин до сих пор распространен, хотя многие машины срабатывают и от банкнот, и от карточек, и других платежных средств.

Каждый день в мире появляются тысячи новых торговых автоматов. Всё, что может продавать человек, может продавать и машина. Кроме того, в отличие от обычного продавца, торговые автоматы одинаково вежливы со всеми покупателями. Автоматы не болеют, не отдыхают. Другими словами, работают 24 часа в сутки. Торговые автоматы ежеминутно обслуживают миллионы покупателей по всему миру.

И в России с каждым днем становится все больше разнообразных торговых автоматов, с каждым днем растут продажи через них. Конечно, наша страна развивается в этой сфере несколько медленнее, чем зарубежные государства, но в этом и заключается *перспектива* данного бизнеса: **постоянное развитие, постоянная работа, постоянная прибыль.**

К настоящему времени уже сформировались правила вендинг-бизнеса, законы успеха.

Надеемся, что наша книга будет полезна всем тем, кто собирается открыть для себя новое направление в бизнесе, оборудовать торговую площадь, сделать перспективное капиталовложение. Вендинг-бизнес в России только зарождается, и именно *вы* можете занять лидирующее положение в своем городе, регионе.

В нашей книге мы расскажем о современной автоматной торговле, видах торговых автоматов, об экономике вендинга. Наиболее подробно расскажем об одном из направлений вендинга – механических торговых автоматах. О том, как зародился и развивался бизнес; причины популярности вендинг-бизнеса; особенности развития в России; ошибки и достижения иностранных и российских бизнесменов; поделимся нашим опытом работы с торговыми автоматами, постараемся развеять предубеждения, связанные с данным бизнесом, расскажем о перспективах в России и странах ближнего зарубежья и многое, многое другое.

Все секреты и достижения бизнеса механических торговых автоматов перед вами!

Торговые автоматы шагают по миру

Фактически всем гражданам России и стран ближнего зарубежья (СНГ) известно, что предметом продажи через торговый автомат могут быть напитки (как в розлив, так и в банках или бутылках), алкогольные и безалкогольные. В 70-80-е гг. автоматы по продаже вина, пива стояли во многих городах СССР.

Самые известные в нашей стране — это автоматы по продаже газировки с сиропом и без сиропа. Были автоматы по продаже газет, и многие другие. Увы, сегодня, самым популярным российским автоматом является автомат Калашникова, а к началу 1990-х автоматная торговля фактически была на нуле.

Общий оборот автоматной торговли можно сравнить с бюджетом нашей страны. Как и бюджет, продажи через вендинг-машины каждый год растут, правда, намного быстрее.

150 млрд. долларов в год. Так, в Японии общий годовой оборот автоматной торговли в 2002 году составил около 40 млрд. долларов, в 2003 году приблизился к 60 млрд. долларов. В США оборот автоматной торговли к 2003 году составил свыше 40 млрд. долларов.²

Время идет, развиваются и создаются новые вендинг-машины, их становится все больше и больше.

В настоящее время самое большое количество автоматов на душу населения установлено в Япо-

К этому времени в ряде зарубежных стран торговля посредством торговых автоматов приобрела всеохватывающий характер: каждая пятая покупка совершалась через торговые автоматы, а годовой оборот мировой торговли посредством торговых автоматов превысил

Если вендинг-машины со всей планеты собрать в одном месте, то они превысят население, например, целой Австралии (15 млн.).

² Речь идет об абсолютно всей торговле через все торговые автоматы.



нии, вторая страна — США. В абсолютном выражении первое место занимают США, за ними следует Япония.

На 20-40 человек населения названных стран приходится один торговый автомат. Количество автоматов в США и Японии перевалило за 5 млн. в каждой.

Что же в России и странах СНГ? Если исходить из представленной статистики, то в городе с

населением один миллион человек должно быть 50.000 различных торговых автоматов. Для Москвы и Санкт-Петербурга эти числа на порядок выше, то есть около 500.000 торговых автоматов.

Каковы же реалии? Сколько вендинг-машин в вашем городе?

Пока, даже по самым оптимистическим подсчетам, количество автоматов в 30-50 раз ниже названных. Вот вам и перспектива. Задумались?

Вернемся к количественной и качественной оценке вендинга за рубежом. В вендинг-бизнесе по всему миру заняты многие тысячи компаний и предпринимателей. По некоторым оценкам, в Западной Европе насчитывается несколько тысяч компаний (только в Германии более 800 фирм), работающих в сфере вендинг-бизнеса: от производства автоматов до их расстановки и обслуживания. При этом необходимо констатировать достаточно спокойное развитие вендинга в Европе, в сравнении, например, с США и Японией.

В современный вендинг-бизнес вовлечены фактически все мировые гиганты-производители (Coca-Cola и Pepsi Cola, Samsung и Siemens и др.). Во-первых, они стремятся разместить свою рекламу на торговых автоматах, во-вторых, адаптировать свою продукцию для автоматной торговли и даже наладить производство собственных вендинг-машин. Необ-

ходимо констатировать, что определенные сферы вендинг-бизнеса за рубежом «поделены» именно между компаниями-гигантами. В США в 1990-е годы шла «война» между Кока-колой и Пепси-колой, и одним из полей маркетинговых сражений стали обычные школы, в которых компании-гиганты стремились установить вендинг-машины со своей продукцией.

Торговые автоматы буквально врываются в наш мир. Вчера они были диковинкой, сегодня мы уже не представляем без них жизнь. Обычный будничным день становится проще не без помощи вендинг-машин. Как проходит день рабочего человека? «Я спешу на работу. Забегаю в подземку метро. Чтобы не стоять в очереди покупаю карточку через автомат, заодно и телефонную карту. Спускаюсь по эскалатору. Ба! Да у меня туфли пыльные. Подбегаю на станции к автомату, торгующему влажными салфетками для обуви. Спешу на встречу. Вот и офисный центр, где назначена встреча, — и у меня еще пять минут в запасе. В холле покупаю в кофе-машине чашечку кофе и жду клиента... и т. д. Вендинг-машины делают мой день удобнее и проще, а так бы и опоздал, и кофе не выпил, да и туфли остались пыльными».

Торговые автоматы стали модны и востребованы. Если приглядеться, где появляются в первую очередь торговые автоматы, то можно заметить, что это дорогие, модные места, хотя, казалось бы, они должны работать «ближе к народу». Любое уважаемое место стремится обзавестись торговыми автоматами ради престижа, а не для выгоды. Впрочем, выгода себя проявит в том, что покупатели (клиенты, посетители) привыкнут к автоматному сервису и навсегда станут его потребителями.

У вас еще есть сомнения в исключительной положительности автоматной торговли?

Торговые автоматы лишают кого-то рабочих мест? Отнюдь нет, но они делают нашу жизнь удобнее и проще. Они работают там, где отказался бы работать человек, там, где есть потребность в конкретном товаре круглые сутки.

Вендинг-машины не бастуют и не требуют повышения зарплаты, им не свойственна лень, они свободны от личных дел в рабочее время. Они точны. Это лишь часть привлекательных черт торговых автоматов, благодаря которым они становятся все популярнее и популярнее. Пожалуй, в мире нет

страны, где бы ни работали торговые автоматы.

Вы думаете, что автоматов еще нет, например, в Антарктиде? Или Кении? Представьте себе, от Африки до Южной Америки, от Арктики до Антарктиды — всюду торговые автоматы! Их многие миллионы, они работают на людей и для людей.

Торговые автоматы — обязательная часть сервиса во многих туристических странах. Если взглянуть на рекламные буклеты отелей, зарубежных курортов, то среди прочего сервиса (бассейнов, кондиционеров и т. п.) там будут указаны и торговые автоматы.

Поэтому, если наша страна претендует на более массовый приезд туристов из зарубежных стран, нужно создать сервис, который знаком иностранным гражданам. Гостиницы, развлекательные центры, транспортные узлы и станции должны быть оборудованы торговыми автоматами. И если Москва и Санкт-Петербург претендуют на звание крупнейших (и дорогих) городов Европы, почему бы им ни стать и самыми автоматными?

Но мы хотим обратить внимание не только на то, что автоматы — это позитивный сервис, прежде всего, торговые автоматы — это великолепный развивающийся бизнес. Чем он интересен для России?

В ближайшие годы, десятилетия Россия переживет бум торговых автоматов. Собственно, он уже начался. И это, пожалуй, одно из самых перспективных и выгодных направлений для малого и среднего бизнеса.

В каком звене вендинг-бизнеса занять место — решать вам.

Развитие вендинга, на наш взгляд, пройдет по следующей схеме: поначалу экспансия торговых автоматов из-за рубежа (Европа, США, Канада, Япония, Корея, Тайвань и другие страны), что и наблюдается в последние десять лет. Затем последует налаживание производства автоматов в России и ближнем зарубежье. Собственно, уже сейчас идет производство торговых автоматов с использованием запчастей (монетоприемников и т. п.), произведенных за рубежом (например, в Тайване).

Каких автоматов нам ожидать? Приведем заведомо не полный перечень продуктов, которые в настоящее время про-

даются через торговые автоматы. Это бинты, таблетки от головной боли, пластыри, презервативы — целый медицинский центр; одноразовые фотокамеры, кипятилок для заливки сухой лапши, хлеб, CD, пиво, свежие закуски, живые креветки, вяленое мясо эму, кофе эспрессо, предсказания, комиксы, визитки, ластики, пижамы, чучела животных, программное обеспечение для компьютеров, бритвенные станки, черви, фотокамеры, одеколон, пиявки, часы, носки, игровые карты, конверты, цветы, икебаны, калькуляторы, кофейные зерна, столовые приборы, колготки, стихотворения, рисунки, статуэтки, очищенные апельсины и грейпфруты, бензин, горячая лапша, травяные лекарственные средства, прокат видеокассет, овощи, зубные щетки, теннисные мячики, картриджи для принтеров, гамбургеры, живые лягушки, дискеты, спиртные напитки, жемчужные ожерелья, пицца, зонтики, мыло, сережки, банданы, чернила, эротическая и порнографическая продукция, попкорн, различные пилюли, галстуки, кассеты, карты (дорожные), крем для бритья, парфюмерия, блокноты, батарейки, рис и другие крупы, сотовые телефоны, шахматы и шашки, плащи-дождевики, страховка, чипсы, свежеевыжатый апельсиновый сок, футбольные билеты, разрешение на охоту, сводные татуировки, живая приманка для рыбы, тунец, свежая рыба, футболки, пляжные мячики, бинокли, супер-клей, массажеры для ног, шампунь для домашних животных, суши, надувные сексуальные куклы, романы, библия, жуки, марихуана, камешки и воздух — все это и многое, многое другое продается через торговые автоматы по всему миру.

Торговые автоматы продают любую мелочь: от кусочка мыла и заточенного карандаша до аспирина и презерватива. Представляете перспективу вышеперечисленных автоматов в нашей стране? И сейчас можно только фантазировать и предполагать, какие вендинг-машины появятся завтра. К примеру: в 1989 году можно было приобрести джинсы Levis через торговый автомат на одной из станций метро в Париже. У машины был специальный ремень, который покупатель обвивал вокруг талии, а машина определяла размер и подбирала джинсы. В Японии и в настоящее время есть такие автоматы.

**Представьте себе
любой продукт
размером не более
футбольного мяча.
Наверняка и его
продают через
торговые автоматы.**

Опять — таки в Стране Восходящего Солнца и торговых автоматов через вендоры продают свежие яйца. Обычно такие автоматы стоят вблизи птичьих ферм, так что и продукция здесь наисвежайшая. Стоимость десятка яиц через автомат выше, чем в магазине, на 10-20%, но зато о качестве покупатель может не беспокоиться.

Еще один интересный факт из автоматной торговли. Достаточно просто представить торговые автоматы по продаже презервативов на туристических кораблях. В Голландии власти пошли еще дальше и обязали таксистов установить в автомобили кондоматы (автоматы по продаже презервативов). Никто при этом не уверен, что из этого получится бизнес, все-таки за день не так много людей перевозит такси, но сервис, согласитесь, интересный.

Каждый день появляются новые торговые автоматы, поэтому границ для развития бизнеса с торговыми автоматами нет. За этим настоящее и будущее.

Готова ли Россия и страны ближнего зарубежья принять вендинг и армии торговых автоматов? Однозначно — да. Это то явление, для которого постсоветское пространство и люди, можно сказать, созрели.

Со времен Л. Н. Гумилева все новое для Руси принято пропускать через призму «русской ментальности»: примет ли «русский мужик» чудо-диво, в нашем случае — торговый автомат.

Если посмотреть на смежную бизнес-отрасль — игровые автоматы которые уже в любом мало-мальском российском городе стоят через каждые триста метров, то можно сделать вывод, что и торговые автоматы будут приняты на ура.

Противники вендинг-бизнеса могут возразить: «Да у нас (в России) проще бабушку поставить рядом с товаром и платить ей прибавку к пенсии, а автомат, мол, сломают, украдут, а владельца автомата замучают налоговые и прочие органы...».

Да, бабушку, конечно, поставить можно, но это же не сервис! Да и как можно тормозить естественный прогресс и пытаться удержаться в «каменном веке»?

Отпустите бабушку на пенсию и поставьте автомат!

Пора делать ставку на автоматную торговлю. Автомат не обсчитает, у него не трясутся руки и, простите за



излишнюю откровенность, не пахнет изо рта, главное — мойте чаще. А еще он не будет ругаться с клиентом, точно отсчитает сдачу и т. д. Да и милиция должна охранять вендинг-машину, а не «сгущать» из стороны в сторону, проверять, есть ли «регистрация». Как быть с безопасностью? Страхуйте, ставьте под присмотр; кстати, бабушки менее вандалоустойчивы, да и гарантии на них не дают...

Все еще есть противники автоматной торговли? Если не вы, то кто-то другой поставит на углу не бабушку, а вендинг-машину, и его новый бизнес наберет обороты.

Помните, где-то в 80-х гг. в советской прессе писали о Японии и автоматах, торгующих чистым воздухом (с высоким содержанием кислорода). Писали в том смысле, что, дескать, буржуи (японцы) и на чистом воздухе навариваются, воздух у них настолько загрязненный, что и автоматы с воздухом надо ставить, — то есть выставляли это как глупость мирового капитализма. Советский же гражданин мог гордиться — у нас воздух чистый и бесплатный.

Прошло каких-то двадцать с лишним лет, и я начинаю понимать, что воздух у нас не менее грязный, а автоматов нет. «Нет сервиса, а то, может, по дороге на работу глотнул бы кислороду. Может, и население с водки на кислород бы «подсело». И бизнесменам хорошо, и людям — здоровье».

О вендинга-бизнесе

Как показывает история развития вендинг-бизнеса за рубежом, зачинатели бизнеса, предприниматели, посвящающие себя вендингу, получают не просто высокую прибыль, а становятся создателями огромных сетей сбыта различной продукции, охватывающих современные мегаполисы.

Историй взлета вендинг-операторов и их феноменального роста невозможно перечислить в нашем скромном труде. Их сотни и тысячи. Схема развития примерно одна и та же: сегодня – он небольшой вендинг-бизнесмен, завтра – владелец сети торговых автоматов, послезавтра – миллионер и владелец заводов по производству торгового оборудования.

История Форда Мейсона

В далеком 1913 году двадцатилетний Форд Мейсон бродил в поисках удачи и заработка. Он был странствующим продавцом кровельных материалов; весной, летом и ранней осенью он путешествовал в маленькой коляске по ветреным дорогам штата Нью-Йорк. Зимой он не работал, т. к. никто не ремонтировал конюшни и сараи в холодную погоду.

Зимой 1913 года Форд познакомился с человеком, который занимался странным в то время делом — он был оператором автоматов, торгующих жевательной резинкой. Первые такие машины были изобретены всего лишь несколько лет назад, и можно было по пальцам сосчитать людей, которые связали себя с такого рода бизнесом.

Форд сразу же почувствовал, что это и есть та возможность, которую он искал. Найдя деньги на аренду 102 автоматов, он разместил их в лавках и магазинах города Хорнелл и других населенных пунктах штата Нью-Йорк.

Всю зиму Форд провел за тем, что выгребал монетки из автоматов и заполнял их жвачкой.

«Было даже забавно», — вспоминает Форд, — «пытаться оценить, какое местоположение автомата является наиболее выгодным».

Как только апрельские дожди смыли зимний снег, Форд вернулся на сельские дороги и продолжил продавать кровельные материалы, т. е. заниматься бизнесом, который был, по его мнению, более традиционным. Однако ближе к зиме он вновь начинал свой «жвачный бизнес», и поскольку уже имел определенный опыт в этой отрасли, то решил, что пора этому делу приносить не копейки, а становиться серьезным.

Теперь торговые автоматы занимали все его время, поскольку новый род деятельности не имел никакой опытной базы. Большинство операторов торговых автоматов были «мотыльками-однодневками», которые хотели скорее быстрой прибыли, нежели удовлетворения запросов покупателей. Многие люди, купив однажды жвачку, никогда больше не тратили с трудом заработанные деньги на такого рода развлечения. Иногда аппарат «заглатывал» монетку, но при этом «забывал» выдать покупку.

Форд понял, что нужно бороться с такими трудностями и давать покупателю именно то, что он ожидает получить за свои деньги. Это был вызов, который привлек молодого человека, имевшего и порядочность, и совесть. Он будет производить хорошую жвачку! Он будет производить надежные автоматы! Он покажет публике, на что он способен! Форд окончательно забросил кровельные материалы и направил всю свои энергии на продажу жвачки.

Отец Форда, священник баптистской церкви, с жаром одобрил выбор своего сына. И вскоре после того, как Форд начал свою кампанию честного бизнеса, преподобный Мейсон благословил сына: «Делай свои машины, мой мальчик, и дели свою выгоду с Богом».

В какой степени воспринял Форд Мейсон совет своего отца — это вопрос особый. Однако ясно, что он начал практически совсем без денег, лишь с безграничным энтузиазмом и уверенностью в себе. Устраняя препятствия, искореняя недостатки, он построил империю торговых автоматов, растянувшуюся от побережья до побережья. Более 500 000 торговых автоматов встали на прилавках магазинов и специальных стойках в бесчисленных поселениях Северной Америки. Для обслу-

живания своих автоматов Форд создал национальную систему операторов. А для заполнения автоматов он построил в г. Акрон, штат Нью-Йорк, завод по производству жевательной резинки шести различных вкусов в количестве 360 000 штук в час. Он организовал и производство торговых автоматов в Калифорнии, через дочернюю структуру.

Такова история роста одного из магнатов США.

Но это — зарубежный опыт; в нашей стране все еще только начинается. Российские бизнесмены только «разминаются перед стартом», а забег, между тем, предстоит плодотворный и долгий. Хватит работы и вашим внукам, тем более что вендинг, как показывает зарубежная практика, — «семейный бизнес».

Что мы знаем о вендинг-бизнесе?

Вендинг-бизнес, как и любой другой вид бизнеса, это собственное дело, иначе — предпринимательская деятельность, направленная на систематическое извлечение прибыли. Как и любой бизнес — это, разумеется, деятельность на свой страх и риск. Но задача грамотного бизнесмена — свести этот риск к минимуму.

Вендинг-бизнес — это торговый бизнес, суть которого — мелкорозничная торговля.

Вендинг-бизнес — это не банальный спекулятивный бизнес, в котором бизнесмен скупает товар и осуществляет перепродажу по повышенным ценам. Вендинг-бизнес предполагает создание сервиса, удобства для покупателей. Продавая продукт, вендинг-машина как бы оказывает услугу — быстроты обслуживания, интимности покупки.

Вендинг-бизнес — это тот бизнес, в котором возможно начать работу с минимальным капиталом и за несколько лет достичь огромных высот — все зависит от вашего старания, желания работать, новаторства. Вендинг-бизнес — это активный бизнес, недостаточно просто вложить в дело большие денежные средства и ждать отдачи. Необходимо работать с автоматами, работать с наполнителем, то есть работать над расширением бизнеса.

Вендинг-бизнес — это бизнес с быстрым оборотом капитала: денежные средства — товар — денежные средства. Стоимость основного капитала (затрачиваемого на приобре-

тение оборудования, то есть самих торговых автоматов) окупается несколько десятков раз до физического и морального износа вендинг-машин. Если учитывать, что срок окупаемости торговых автоматов 4-6 месяцев, а срок службы 10 лет, то можно рассчитывать, что вендинг-машины окупят себя 20-30 раз (было 30-40 в начале).

Оборотный капитал: с момента покупки товара (наполнителя) до момента реализации его покупателю проходит небольшой отрезок времени. Буквально сегодня оператором приобретена партия наполнителя, завтра она уже продается через торговые автоматы. Средства, вложенные в наполнитель, возвращаются оператору в течение одного — двух месяцев. При этом оператор получает 70—100% прибыли с выручки. За год вложенные средства совершают оборот 3-4 и более раз. Таким образом, вложенные денежные средства за год приносят 800—1000% прибыли.

Вендинг-бизнес — это правильный бизнес. У него есть свои правила развития, если хотите — законы вендинга, придерживаясь которых, можно достичь огромных высот. В то же время, как мы уже подчеркнули, это бизнес, в котором ценно новаторство, а значит, именно вы можете добавить в вендинг-бизнес много нового.

Вендинг-бизнес — это легальный бизнес. Все торговые операции в вендинге происходят в соответствии с действующим законодательством; в торговый оборот вовлечены только сертифицированная продукция и оборудование.

Каждые пять минут в США через торговые автоматы проходит 1 миллион 25-центовых монет.

Вендинг-бизнес — это постоянно развивающийся бизнес. Пока вы читали эти строки, по всему миру появились тысячи торговых автоматов, зародились новые идеи вендинг-бизнеса.

Вендинг-бизнес — это бескризисный бизнес. Даже во времена экономического кризиса торговые автоматы получают развитие. Интересно заметить, что в 20-30 гг. в США, во времена Великой депрессии, огромной популярностью пользовались торговые автоматы по штучной продаже сигарет. Многие не могли себе позволить купить пачку сигарет, но на одну сигаретку деньги находили. В случае необходимости легко решается и проблема размена монет — рядом с ав-

томатом по продаже товара ставят автомат по размену монет.

Не стоит, конечно, идеализировать, что вендинг-бизнес совсем не подвержен кризисам. Так, например, в связи с денежной реформой в Европе и переходом с национальных валют на евро, западноевропейскому вендингу был нанесен удар: пришлось перестраивать аппараты на новую валюту, менять монетоприемные устройства. Что, впрочем, не затормозило бизнес существенно: современные многофункциональные автоматы готовы принимать оплату монетами, купюрами, карточками и даже с помощью мобильного телефона.

Вендинг-бизнес — активный бизнес. Есть мнение, что вендинг-бизнес — это «бизнес для ленивых». На наш взгляд, не верно утверждать, что после установки торговых автоматов вам «ничего не придется делать, а только получать прибыль». Так ваш бизнес «задохнется» через два-три месяца. После установки аппаратов предприниматель должен работать над своей сетью, управлять процессом продаж и совершенствовать его.

Несмотря на то, что бытует мнение, будто «все, что можно было придумать в вендинге, уже придумано», это отнюдь не так. Ваши новации и идеи — это всегда возможность дополнительного сервиса для покупателей, а значит, высокого дохода для вендинг-оператора. Тем более особенности российской действительности (если хотите — особенности русской души, или русского менталитета) просто требуют новых идей эксплуатации вендинг-машин. Мы еще вернемся к этой теме в разделе о механических торговых автоматах.

Итак, что же такое вендинг-бизнес?

В широком понимании — это и расстановка автоматов предпринимателями, и поставка наполнителей для автоматов, и ремонт оборудования, и оказание услуг по развитию бизнеса.

В узком смысле мы будем включать в понятие **вендинг-бизнес** только *расстановку торговых автоматов с целью построения автоматной сети (вендинг-сети)*. Все же остальные сферы, сопутствующие вендинг-бизнесу, так и назовем — «сопутствующими», тем более что они в нашей стране еще не развиты. Хотя интересно наметить тенденции такого развития.

За рубежом (в частности в США) уже появилась новая профессия «локатор вендинг-бизнеса» — предприниматель или компания, которые профессионально занимаются постановкой сетей торговых автоматов. Скажем, у вас есть торговые автоматы, но нет опыта по их установке или попросту нет времени. Вы обращаетесь к «локатору», и он решает ваши проблемы (поиск мест для установки автоматов, заключение договоров на выгодных условиях, расстановка) за определенную плату, то есть фактически налаживает вам бизнес. Услуги локаторов недешевы: от 50 до 300 долларов за установку одного автомата, однако в США есть предприниматели, которые настолько привыкают к услугам локаторов, что сами не работают над развитием своего бизнеса. Поэтому общий совет — даже если владелец сети торговых автоматов прибегает к услугам локатора, он должен либо сам участвовать в организации бизнеса, дабы приобрести опыт, либо пользоваться услугами локатора только на начальном этапе.

В США, по мнению некоторых вендинг-операторов, услугами локатора необходимо воспользоваться, когда вы покупаете сразу от 12 автоматов и больше.

Направлениями, сопутствующими вендинг-бизнесу, являются — поставка наполнителей, а также ремонт вендоров. Чем больше в мегаполисах сети торговых автоматов, тем более проявляется потребность в дешевом, но качественном наполнителе, а также в услугах по ремонту и обслуживанию торговых автоматов. Соответственно, ко времени, когда в городах сформируются сети торговых автоматов, актуальной станет поставка наполнителя и запчастей.

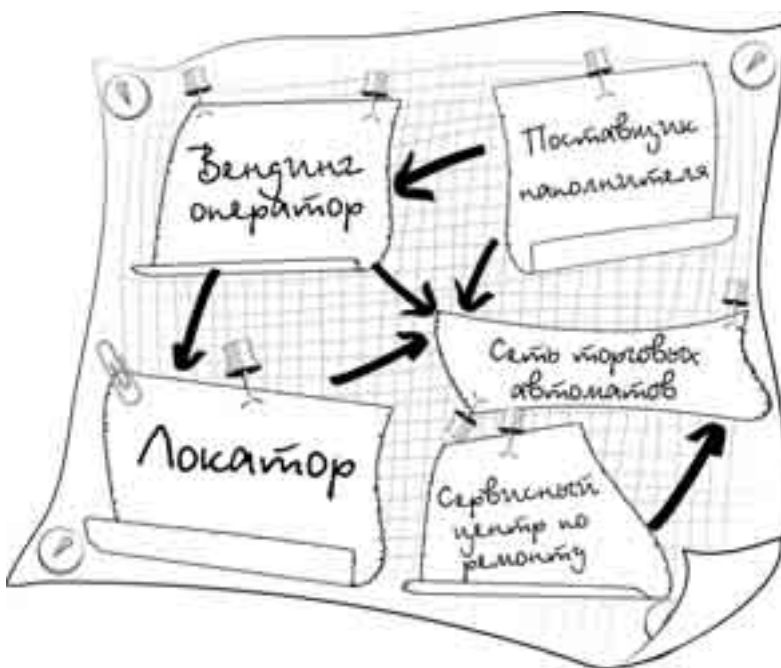
Итак, суть вендинг-бизнеса — построение сети торговых автоматов. Зачастую вендинг-оператор максимально сочетает все сопутствующие элементы вендинга: осуществляет ремонт оборудования (через собственный сервисный центр), занимается расстановкой торговых автоматов.

Интересно заметить, что вендинг-бизнес — это зачастую семейный бизнес (mom and pop business³). Бизнес не просто передается по наследству — в работе могут принять участие все члены семьи. Скажем, сеть из 20 — 100 торговых автома-

³ Дословный перевод: бизнес мамы и папы (англ.).

тов обслуживается одной семьей — типичная практика в США. Даже производители вендинг-машин в рекламе своего оборудования преподносят вендинг как семейный бизнес. Это несложно и, главное — надежнее, так как работа идет зачастую с «живыми» деньгами, где важен вопрос доверия.

Предприниматели вендинг-бизнеса



Экономика вендинга-бизнеса

Многие, кто начинал вендинг-бизнес в России в 1998-2000 гг., приступали к нему спонтанно: без составления бизнес-планов, анализа рынка и т. д. Бизнесменов впечатляла динамика развития и прибыли первых предпринимателей, зарубежный опыт. Многие из них даже без такого анализа добились поставленных целей и в данный момент являются владельцами крупных сетей торговых автоматов.

Однако в настоящее время, когда отдельные направления вендинга уже получили развитие, спонтанное начало бизнеса может привести к потерям времени и денежных средств, в конечном счете, — неудаче предприятия. Поэтому так важно выбрать сегмент рынка, где слабо удовлетворяется покупательский спрос и где меньше конкуренции, выбрать определенный вид продукции, которой целесообразно торговать.

В этой связи мы советуем обратить внимание на следующие базисные условия экономики вендинг-бизнеса:

- 1) выбор направления вендинг-бизнеса или сопутствующего вендингу;
- 2) анализ насыщенности рынка (конкуренции), анализ потенциальных мест для установки торговых автоматов;
- 3) выбор марки торговых автоматов и их поставщика;
- 4) выбор наполнителей для реализации через торговые автоматы;
- 5) примерный расчет прибыльности конкретных торговых автоматов.

ВЫБОР НАПРАВЛЕНИЯ ВЕНДИНГ-БИЗНЕСА ИЛИ СОПУТСТВУЮЩЕГО ВЕНДИНГУ

При выборе конкретного направления вендинга нужно руководствоваться следующими факторами:

- размер населенного пункта, развитость торговой инфраструктуры, благосостояние населения;
- наличие конкурентов, наличие и степень развития смежных направлений вендинга;

- опыт вендинг-операторов в соседних населенных пунктах (области, субъекте);
- анализ вторичного рынка торговых автоматов.

Анализ мест будущей установки и сопоставление рентабельности, прибыльности тех или иных торговых автоматов в конкретных условиях позволят сформировать первоначальное знание.

По сравнению с мегаполисами в небольшом населенном пункте (за исключением разве нефтяных регионов страны) уровень доходов гораздо ниже, а значит, ниже и платежеспособность населения. Нужны ли в таких населенных пунктах автоматы, а главное — рентабельна ли их эксплуатация, — большой вопрос. Впрочем, даже если торговые автоматы не востребованы собственно в населенном пункте, вендинг-машины можно установить в тех местах, где они наиболее насущны (например, в транспортных узлах — от железнодорожного вокзала до торговых точек на трассах). Скажем, зачем в обычном поселке автомат по продаже снеков? С другой стороны, если этот поселок расположен в курортной зоне, где часто бывают туристы, автомат будет пользоваться популярностью. Показателен в этом плане опыт США, где в расположенных на трассах гостиницах, мотелях и АЗС установлены автоматы, продающие напитки и закуски. Проезжающий человек всегда знает о сервисе, рассчитывает на него.

Как оценить количество автоматов в вашем городе? Конечно, такой информацией с вами никто не поделится, а официальной статистики пока нет. Поэтому выход один — по старинке обойти торговые точки.

Стоит самостоятельно обойти те места, где планируется расстановка торговых автоматов, при этом не нужно обходить вниманием небольшие минимаркеты. Если подвергнуть рассмотрению только гипермаркеты и центры торговли, то может сложиться впечатление, что город уже «заставлен» автоматами. Как правило, крупные торговые комплексы самостоятельно покупают и устанавливают торговые автоматы, и не столько для того, чтобы заниматься вендингом в широком его понимании, сколько ради положительного имиджа и создания всестороннего сервиса для посетителей.

Трудно проанализировать наполнение торговыми автоматами города с населением более полумиллиона человек.

Все потенциальные точки не обойти, в противном же случае сложится поверхностное мнение, в этой связи рациональнее обследовать один конкретный район.

И все-таки, какие торговые точки обойти? Чтобы верно ответить на этот вопрос, вы должны учитывать, что для различных видов торговых автоматов существуют свои рациональные места установки. Так, если кофейные вендоры размещают в офисных центрах и крайне редко в «спальных» районах, то автоматы по продаже жвачки, наоборот, ставят в торговых точках спальных районов и никогда в офисных центрах. Поэтому в зависимости от направления вендинга и нужно анализировать будущие торговые точки; построить схему или маршрут для вашего анализа.

Безусловно, одним из самых перспективных мест для установки вендинг-машин являются учебные заведения (школы, вузы, колледжи). В городе с населением около 1 млн. человек может набраться более двухсот учебных заведений — то есть более двухсот потенциальных торговых точек. В России и СНГ пока не ведется массовая установка автоматов в учебных заведениях. Для сравнения, в США этот рынок уже поделен десятилетия назад между крупнейшими компаниями, и понятно почему — стабильная ежедневная аудитория (в дни занятий); реальная потребность в ряде продуктов; платежеспособность аудитории.

В США большая часть торговых автоматов установлена в непосредственной близости от рабочих мест (в учебных заведениях, на фабриках и заводах, в офисных центрах и т. п.). В связи с этим в Штатах будущее вендинг-бизнеса связывают с состоянием рынка труда. В нашей стране развитие вендинга в отдельно взятом населенном пункте можно связать с уровнем оплаты труда, благосостоянием населения. Как бы ни был развит рынок занятости, если на заводах небольшие зарплаты, да к тому же с задержкой, вряд ли автоматы будут пользоваться популярностью.

При выборе конкретного направления вендинга необходимо учитывать, что различные виды вендинг-бизнеса требуют совершенно разных вложений. Так, например, для того, чтобы начать работу с механическими торговыми автоматами, потребуется в десятки раз меньше вложений, чем с другими разновидностями вендоров. Если для электронных вен-

динг-машин специалисты называют начальной суммой в 30-40 тысяч долларов США (10-20 единиц оборудования), то для механических вендинг-машин эта сумма составит 3-4 тысячи долларов США (так же — 10-20 единиц оборудования).

АНАЛИЗ НАСЫЩЕННОСТИ РЫНКА (КОНКУРЕНЦИИ), АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ МЕСТ ДЛЯ УСТАНОВКИ ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ

Сколько вендинг-машин готов принять конкретный город? Вернемся к статистике, что мы приводили во введении. В ряде стран на 20-40 человек приходится один торговый автомат. Эти цифры учитывают все виды торговых автоматов. Конечно же, данная статистика если и может быть ориентиром для российской действительности, то в очень далеком будущем.

Какими показателями оперировать в данный момент? Необходимо учитывать, что современный мегаполис готов принять больше автоматов, чем небольшие города и городки.

Мы предлагаем при подсчете количества автоматов, которые можно расположить в городе, ориентироваться на общую численность населения. При этом оценивать не количество автоматов вообще, а конкретный вид вендинг-машин (кофе-машины, автоматы по продаже жвачки и т. д.). Так, по нашей оценке, на две тысячи человек в настоящее время рационально устанавливать один торговый автомат. То есть в городе с населением около миллиона человек можно установить не более пятисот вендинг-машин одного вида. Исключением являются небольшие города — центры туризма, в которых количество автоматов определяется не столько населением, сколько потоком туристов, количеством достопримечательностей и т. д.

В современных мегаполисах начинающим предпринимателям наверняка придется столкнуться с конкурирующими фирмами. Впрочем, нельзя исключать и тот факт, что определенного вида торговых автоматов в городе (или ином населенном пункте) просто нет. Возьмем, например, кондоматы (автоматы по продаже презервативов). В России таких автоматов всего несколько сотен, тогда как городов в стране около тысячи.

Опять-таки если обратиться к списку автоматов, приведенному нами выше, можно прийти к однозначному выводу, что наверняка найдется направление вендинга, которое пока не реализовано даже в самых крупных городах России, не говоря уже о глубинке.

В том случае, если вы избрали направление вендинга, которое уже представлено на рынке, придется больше поработать. Конкурировать можно как в рамках города (или района), так и непосредственно на территории одних и тех же торговых точек.

Конкурентов всегда можно обойти — низкой ценой на наполнители, более интересными и качественными наполнителями, более привлекательным оборудованием и т. д. Опять-таки нужно провести анализ: какие автоматы стоят у конкурентов, какие используются наполнители и платежные системы и т. д.

ВЫБОР МАРКИ ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ И ПОСТАВЩИКА ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ

В настоящее время на рынке работают десятки компаний, предлагающих торговые автоматы как отечественного, так и иностранного производства. Сформировался и отечественный вторичный рынок торговых автоматов; бывшие в употреблении машины завозят и из-за рубежа.

Если делать ставку на бывшее в употреблении оборудование, необходимо проанализировать, не устарело ли оно морально, современные ли платежные элементы интегрированы в оборудование, есть ли сертификаты и прочая обязательная документация, выяснить общий срок службы вендора.

Мы советуем начинать с небольшого количества торговых автоматов (подробнее мы еще коснемся этого вопроса).

Большая сеть вендинг-машин — не есть синоним *супер-прибыльная сеть машин*.

Не правильно утверждение: чем больше сеть вендинг-машин, тем больше доход на отдельно взятый торговый автомат. Практика показывает обратное: чем больше сеть, тем меньше доход на отдельно взятый торговый автомат (при всех прочих равных условиях). Это связано с тем, что происходит

пресыщение рынка; чем больше выбор, тем, соответственно, ниже количество покупок через конкретный автомат. Но верно утверждение, что чем больше сеть торговых автоматов, тем меньше времени нужно потратить на обслуживание одной вендинг-машины в общей массе. Нет большой разницы, сколько обслуживать торговых автоматов — 10 или 20, затраты на обслуживание возрастают не существенно, за счет этого увеличивается прибыль.

Автоматы можно устанавливать по-разному. Приведем две основные формы расстановки вендинг-машин.

Экспансия

Обычно проводится крупными торговыми компаниями, которые буквально заполняют населенный пункт автоматами, устанавливая их в любой приемлемой (отвечающей определенным условиям) торговой точке.

Для экспансии необходимы существенные финансовые вложения, так как речь идет об установке большого, даже подавляющего количества вендинг-машин. Внедряется от 100 до 500 и более (в зависимости от населенного пункта) типовых (однообразных) торговых автоматов. Обычно работа идет с сетями магазинов, соответственно, вендинг-оператор тратит меньше времени на заключение договоров. Не исключено, что вендинг-оператор прибегает к услугам локаторов.

Как правило, при экспансии торговля идет одним видом наполнителя (или определенной группой наполнителей). Ассортимент наполнителя подолгу не сменяется, что является большим минусом данной формы работы. Ввиду однообразности предлагаемого покупателям продукта продажи постепенно снижаются.

Таким образом, экспансия берет количеством.

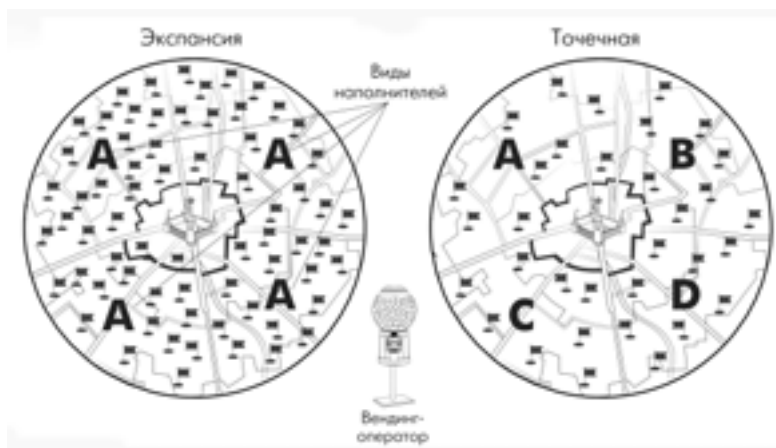
С другой стороны, при такой форме расстановки автоматов уменьшаются затраты на обслуживание каждого конкретного автомата.

Первые несколько месяцев после установки оборудования продажи держатся на относительно высоком уровне. По прошествии одного — двух месяцев уровень продаж снижается и останавливается на стабильно невысоком количестве ежедневных продаж.

Экспансия целесообразна в тех случаях, когда в местах установки торговых автоматов постоянно меняется аудитория покупателей. Возьмем, к примеру, населенный пункт, который является туристическим центром. Так как аудитория потенциальных покупателей через определенное время меняется (одни туристы уезжают, другие приезжают), автоматы постоянно пользуются спросом; нет оснований для смены наполнителя.

Экспансия — не конкурентоспособная форма работы. Более находчивый и предприимчивый вендинг-оператор, установив автомат по соседству, может уводить большую часть клиентов.

Подобным образом несколько лет назад работали на территории России компании-распространители M&M's и др.



Точечная установка

Это форма работы приемлема для предпринимателей, не располагающих крупным капиталом. Вендинг-машины устанавливаются точечно, поочередно. Каждое место расположение автомата подвергается анализу, используется максимум приемов по повышению количества продаж и поддержанию высокого спроса на наполнитель. Точечная установка — качественная установка вендинг-машин.

Возьмем, к примеру, город с населением пятьсот тысяч — миллион человек. У вендинг-оператора всего пять автома-

тов. Они устанавливаются не просто в ближайших торговых точках (в ближайших к офису, дому), отвечающих всем прочим условиям, но в лучших торговых точках, даже если они находятся в другой части города.

Преимущество такой расстановки — более высокая прибыль с каждого конкретного торгового автомата, что компенсирует более высокие затраты на обслуживание вендинг-машины.

При точечной установке предполагается частая смена наполнителей.

Выбор наполнителей для реализации через торговые автоматы

Это один из самых важных факторов. Именно на реализации наполнителя вендинг-оператор и зарабатывает деньги: разница в закупочной цене и цене продажи. Кроме того, именно этот фактор влияет на тип вендинг-машин.

Во-первых, необходимо выбрать наполнитель, нужный покупателю. Напомним, истину бизнесмена-рыбака: червяк должен быть по вкусу рыбе, а не удильщику. Что по вкусу покупателям? Ответ на этот вопрос должен дать анализ рыночного спроса. Безусловно, частному предпринимателю сложно самостоятельно проанализировать спрос на мелкорозничные товары, поэтому и подход должен быть такой: чего не хватает в моем районе, в любимых, посещаемых местах? Какой продукт нужен постоянно покупателям (любого возраста и любой социальной группы) в определенном месте? Продается ли этот продукт? Удобно ли он продается? В ассортименте? И так далее.

Во-вторых, это должен быть наполнитель с низкой себестоимостью. Чем ниже себестоимость наполнителя, тем, соответственно, выше доходы и прибыль.

Естественно, низкая цена наполнителя не должна отрицательно сказаться на его качестве, так как качество напрямую влияет на потребительский спрос. Чем качественнее продаваемый продукт, тем выше продажи, а значит, выручка и прибыль.

В настоящее время на российском рынке появились и отечественные наполнители, но по-прежнему большая часть — иностранного производства.

Для различных автоматов — разный наполнитель и различный «потолок» прибыли. В среднем она не ниже 30 процентов, достигает 300 и более процентов.

Приведем яркий пример суперприбыльности вендинга. В США для вендинг-операторов закупочная цена на жевательную резинку, реализуемую через торговые автоматы, составляет 2 цента за штуку, тогда как цена реализации через торговые автоматы — 25 центов. Забежим вперед и отметим еще один козырь рентабельности автоматной торговли в Штатах — продажи по 25 центов и ниже не облагаются налогами. Таким образом, даже если учитывать, что от 20 до 30 процентов выручки американский предприниматель оставляет владельцу торговой точки, его прибыль с проданного наполнителя будет более 900%.

ПРИМЕРНЫЙ РАСЧЕТ ПРИБЫЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ АВТОМАТОВ

Считаем важным акцентировать внимание на правильном расчете прибыльности конкретных торговых автоматов. При расчете (помимо стоимости оборудования) необходимо учитывать не только разницу в цене закупки и продажи наполнителей, но и включать следующие предстоящие платежи и расходы: 1) налогообложение; 2) заработную плату для работников (если планируются) или расходы на бензин, амортизацию транспортного средства; 3) расходы на аренду площади и другие платежи.

Можно представить следующую примерную формулу для оценки срока окупаемости (в месяцах) конкретного торгового автомата. В ней мы не учитываем второстепенные расходы (заработную плату работников, расходы на доставку наполнителя и т. п.).

$$O = \frac{C}{((C_2 - C_1) \times K \times 30) - (A + N)}$$

Где:

O – срок окупаемости (в месяцах);

C – стоимость единицы оборудования;

C₁ – закупочная цена единицы наполнителя;

C₂ – цена продажи единицы наполнителя;

- К – планируемое ежесуточное количество продаж наполнителя;
- А – арендная плата;
- Н – ежемесячные налоговые платежи на один торговый автомат.

Пример:

Стоимость оборудования $C = 100.000$ руб.

Цена закупки наполнителя при перерасчете на порцию $C_1 = 5$ руб.

Цена продажи наполнителя за единицу $C_2 = 10$ руб.

Планируемое ежесуточное количество продаж $K = 100$.

Арендная плата $A = 1000$ руб.

Ежемесячные налоговые платежи на один торговый автомат $N = 1000$ руб.

При таких данных срок окупаемости торгового автомата составит $O = 7,7$ месяца.

Об инструментах повышения продаж и прибыли мы поговорим уже непосредственно в разделе о механических торговых автоматах.

Зачастую компании охватывают сразу несколько направлений вендинга, но это означает, что в бизнес сразу вовлекаются существенные средства, привлекаются специалисты. С другой стороны, когда у вас уже налажена сеть одного вида торговых автоматов, намного проще вводить в работу другие торговые автоматы. Это типичная практика, когда компания поочередно охватывает различные направления вендинга. Например, у вас есть сеть кофе-машин, следующая возможная составляющая — снэк-машины (автоматы по продаже закусок).

История возникновения бизнеса с механическими торговыми автоматами и развитие его до наших дней

Мы мало знаем о *механических* торговых автоматах, но они, между тем, имеют богатую историю развития, что характеризует данный бизнес не просто как временное явление, а постоянное бизнес-направление.

Первые патенты на торговые автоматы в США были выданы в 1886 году. В 1887 году в Великобритании была создана первая торговая фирма по продаже товаров через автоматы.

Классические автоматы для торговли жевательной резинкой (так называемые «gumballs machine», или «bulk vending machine»⁴) появились в конце XIX — начале XX века.

Первоначально материалами для изготовления торговых автоматов служили дерево, сталь и стекло. Первые автоматы привлекали, скорее, своей необычностью, нежели содержимым, были невзрачны (по сравнению с современными автоматами), и зачастую покупатель не видел товара до момента самой покупки.

Большинство автоматов были рассчитаны на самые мелкие монетки — 1 цент, 5 центов, и очень редко — 25 центов, так что приобрести их содержимое мог позволить себе даже ребенок. В большинстве случаев именно на детей и были рассчитаны эти автоматы.

За рубежом первые торговые автоматы появились в конце XIX века, в России — только спустя сто лет, в 1990-1994 гг.

⁴ **Gumballs machine** — дословный перевод: машина (автомат) по продаже жевательной резинки в виде шариков (англ.); **bulk vending machine** — автомат с насыпной загрузкой штучным товаром: от конфет и игрушек до орешков. Продажа и выдача производятся механическим торговым автоматом без эл. подключения. В сущности принципиальной разницы в понятиях gumballs machine и bulk vending machine нет, последние также способны торговать всеми перечисленными продуктами.

Впервые автоматы по продаже жевательной резинки были поставлены в Нью-Йорке в 1888 году на платформе станции Эль (США).



Автоматы, продающие игрушки, появляются спустя 60 лет, причем во многом благодаря жевательной резинке. В 50-е годы в США владельцы торговых автоматов стали добавлять в автоматы игрушки в капсулах — как стимул для детей, покупающих жевательную резинку. Ребенок никогда не знал, что ему достанется. Он мог получить резинку, или же мог стать обладателем игрушки. Поэтому производители рекомендовали класть в торговый автомат побольше игрушек, причем так, чтобы они были видны детям. Естественно, это увеличивало уровень продаж. Позднее производители приспособили такие автоматы для продажи капсул с игрушками большего размера. Такие игрушки становились предметом коллекционирования, и дети покупали их с большей охотой.

Итак, первые механические торговые автоматы, как и современные, продавали жевательную резинку и игрушки; уже в 50-60 гг. в США и Канаде их можно было встретить практически в любом магазине, торговом центре, кафе.

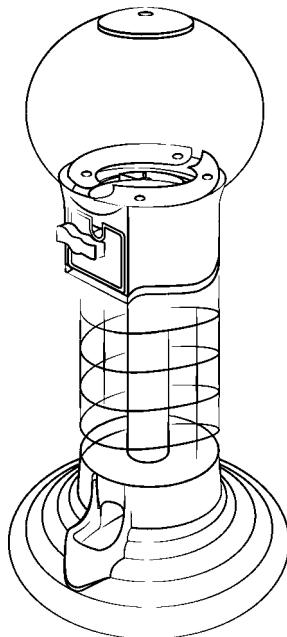
Торговые автоматы и идеи механической автоматной торговли совершенствуются и в последующие десятилетия. Так, в 1993 году предприниматели из штата Алабама (США), скооперировавшись с одним изобретателем, внедрили в традиционные gumballs machine несколько элементов, в том числе спиралевидную дорожку и прозрачный корпус-цилиндр, через который видно эту дорожку. Эти, казалось бы, мелочи позволили привлечь внимание детей и увеличить продажи жевательной резинки во всем мире в 1,5-2 раза.

В настоящее время есть gumballs machine, совмещающие продажу жевательной резинки с игрой. Ребенок, опустивший монетку, обязательно получит жвачку, но прежде он может сыграть (докатить жвачку до определенной лунки). В случае удачи он получит игрушку. Такие автоматы — в продолжение традиций — полностью механические. Элемент игры вызывает у малышей чувство азарта и интерес к процессу покупки. И даже если он ничего не выиграет, наградой будет жевательная резинка.

В ряде зарубежных стран есть детские кафе, полностью состоящие из торговых автоматов.

Сейчас по всему миру работают сотни тысяч торговых автоматов. Их производят в Канаде, США, Испании, Корее и других странах.

Что и говорить, механические торговые автоматы стали предметом коллекционирования; функционируют музеи истории



**Bulk vending machine
открыли новое
направление бизнеса –
вендинг-бизнес**



торговых автоматов. Старинные автоматы стоят десятки тысяч долларов.

Какое развитие получили торговые автоматы за более чем столетнюю историю? В настоящее время торговые автоматы производят из поликарбонатных материалов с использованием металлических деталей, покрытых хромом. Автоматы способны торговать массой разнообразных наполнителей (жевательной резинкой, конфетами, игрушками и т. д.) и принимать различные монеты; их можно встретить по всему миру — фактически в любой стране. Объединяет механические автоматы надежность, неприхотливость в обслуживании, вандалоустойчивость и богатая история, которая в России началась совсем недавно.

Становление в России и странах СНГ

В России и странах СНГ первые торговые автоматы по продаже жвачки появляются спустя сто лет после появления их в западных странах — в 1996 году (сначала — в Санкт-Петербурге, а затем в Москве).

Напрашивается резонный вопрос: почему в России раньше не появлялось торговых автоматов по продаже жвачки? Ведь были же автоматы по продаже газировки, вина, и др. Ответ прост: время появления *bulk vending machine* в зарубежных странах для России связано с реформами, революциями, войнами. Кроме того, у нас не получало такого развития, как, скажем, в США, производство жевательной резинки. У нас не было частного предпринимательства, для которого свойственен поиск новых идей в бизнесе. Но вышесказанное, скорее, плюс для современных предпринимателей, чем минус. Рынок торговых автоматов свободен, востребован, и нет препятствий для его развития.

В нашей стране механические автоматы первоначально заполняли продукцией компании M&M's. С 1998 года через автоматы стали продавать жевательную резинку. Выручка с торговых автоматов была сравнительно большая, около 400 долларов в месяц. Забегая вперед, отметим, что вендинг-операторам зарубежных стран такие прибыли и не снились. Но обо всем по порядку.

В 1996-1998 гг. в России было всего несколько операторов, занимающихся построением и развитием своих собственных сетей. В настоящее время их многие десятки. Сети образуют огромную паутину, охватывающую многие города России.

За последние шесть-семь лет количество механических автоматов в России достигло примерно десятка тысяч. Для сравнения, рынок США специалисты оценивают в 80—100 тысяч.

По нашим оценкам, на конец 2004 года российский рынок механических торговых автоматов был развит лишь на

10% от возможного потенциала, хотя за последние годы торговые автоматы пришли фактически во все крупные города России. Между тем, это не означает, что эти города полностью охвачены сетями вендоров. Механических торговых автоматов еще нет во многих средних и небольших населенных пунктах Российской Федерации, и это — огромное поле для предпринимательской деятельности.

По нашим оценкам, наполнение российского рынка механическими вендорами произойдет только через 10-20 лет. И тогда вендинг-операторы обратят свое внимание на более дорогие модели автоматов.

Как обстоит развитие бизнеса с механическими вендорами в странах бывшего СССР?

В ближнем зарубежье развитие бизнеса с механическими торговыми автоматами несколько замедленно.

На Украине, по нашим оценкам, в настоящее время не более тысячи bulk vending machine. О чем говорит это число? Об огромной перспективе вендинг-операторов Украины и стремительном развитии вендинг-бизнеса в ближайшие годы (рынок Украины готов принять как минимум в 10 раз больше механических торговых автоматов — более 10.000). Крымский полуостров, морское побережье, города, принимающие туристов, — «золотая жила» для местных вендинг-операторов.

Фактически нет торговых автоматов в Белоруссии. Объясняется это тем, что в обращении там нет монет. Представляется, что в ближайшие годы это мнимое препятствие будет преодолено. Либо с приходом в Белоруссию российского рубля, либо предприниматели начнут работать с жетонами.

Совсем недавно автоматы появились в Грузии. В Казахстане на данный момент их не более 200 единиц.

Какие перспективы? За год удачливые вендинг-операторы увеличивают свою сеть вдвое и более. Скажем, если предприниматель начинал работу с 10—15 автоматов, то через год его сеть составляет уже 20-30 автоматов, на следующий год развивается до 50—100 вендоров; при этом предприниматель не делает дополнительных вложений, используя лишь оборотные средства.

Удачливый оператор торговых автоматов увеличит свою сеть вдвое за 1 год.

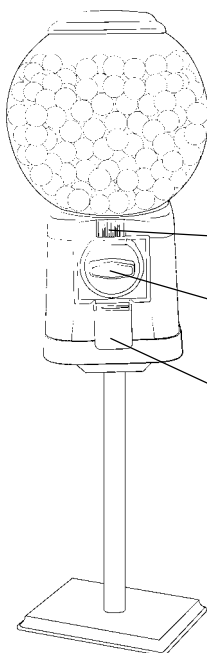
Особенности механических торговых автоматов

КАК ОНИ УСТРОЕНЫ И КАК РАБОТАЮТ?

Покупатель опускает в прорезь монетоприемника монету нужного достоинства (согласно инструкции на автомате), поворачивает ручку монетоприемника на 360 градусов и получает наполнитель в окне выдачи. Автомат выдает жевательную резинку за счет поворота ручки монетоприемника небольшим усилием, которое прикладывает покупатель.

В этом и заключается секрет механических торговых автоматов. Никакой электроники.

Как мы уже подчеркнули, за одну покупку выдается определенное число наполнителей (от одного и больше), в зависимости от настройки, которую производит оператор. Вендинг-оператор управляет процессом продаж.

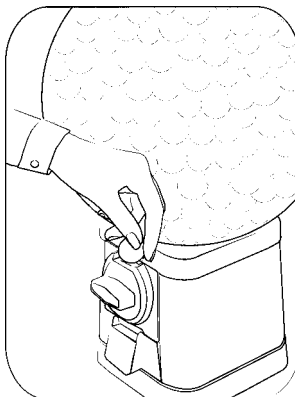


Процесс покупки-продажи через т/а
(схема)

- 1) Опускается монета в прорезь монетоприемника
- 2) Поворачивается монетоприемник
- 3) Покупатель получает товар

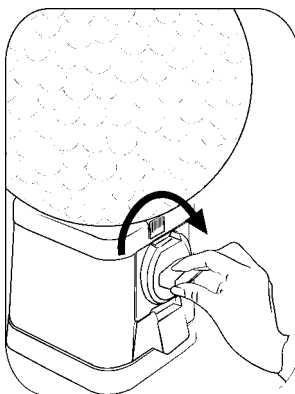
1

Опускается монета в прорезь монетоприемника



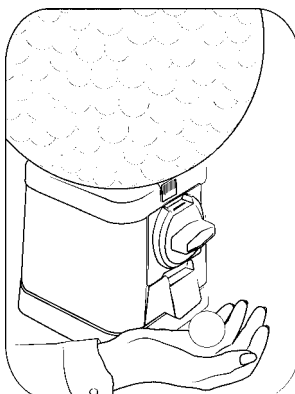
2

Поворачивается монетоприемник



3

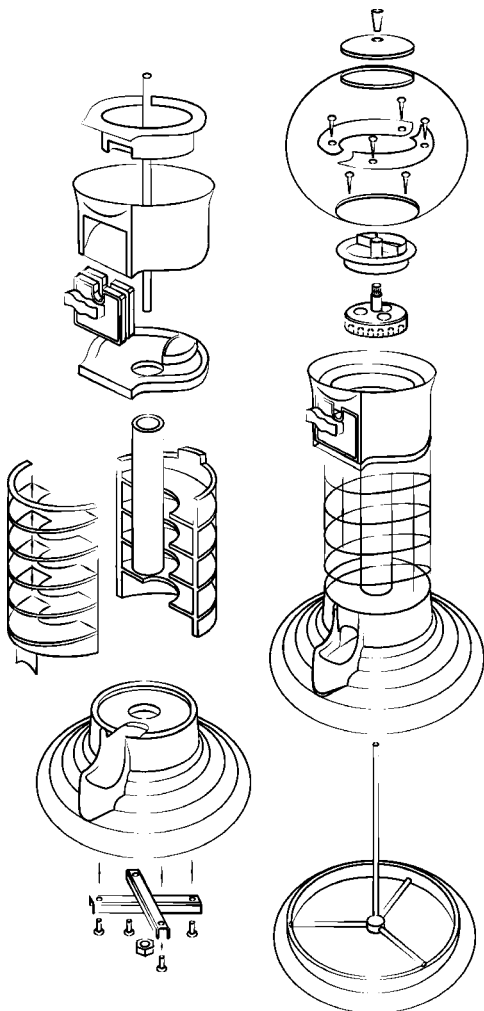
Покупатель получает товар



Любой механический торговый автомат состоит из следующих основных элементов:

- а) колба;
- б) дозатор;
- в) монетоприемник.

Подставка (стойка) не является обязательной частью торгового автомата и, как правило, не входит в комплект поставки.



Колба - одна из центральных деталей торгового автомата. В ней находится наполнитель, а, значит, на нее обращены взгляды покупателей. Это своего рода «лицо» торгового оборудования.

Колбы различных моделей торговых автоматов вмещают разное количество наполнителя – от половины коробки до нескольких коробок наполнителя.

Изготавливаются колбы из высокопрочного поликарбоната и имеют, как правило, сферическую или цилиндрическую форму.

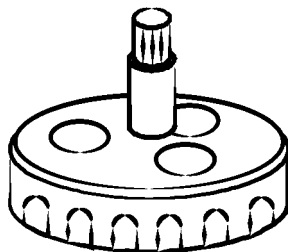
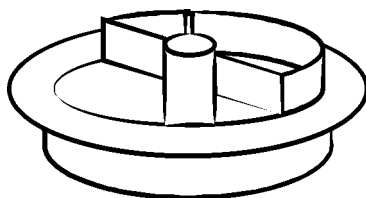
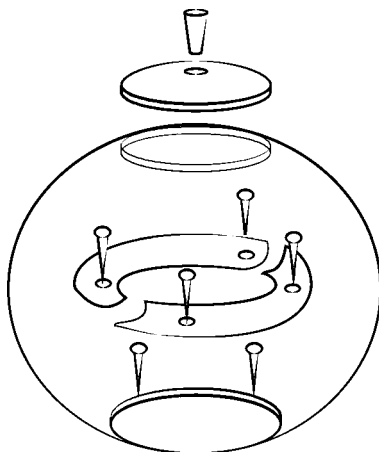
Современные колбы способны выдержать сильное внешнее физическое воздействие.

Дозатор - деталь торгового автомата, отвечающая за количество выдаваемого покупателю наполнителя.

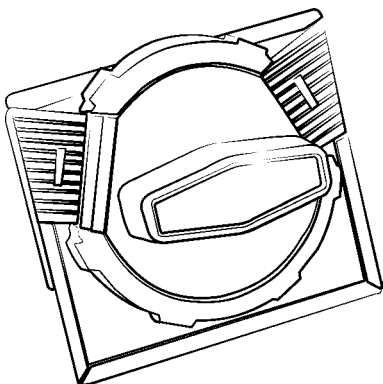
Существует несколько типов дозаторов. Одни рассчитаны исключительно на крупный наполнитель, другие на мелкий (порционный) товар.

Дозатор, рассчитанный на крупный наполнитель, выдает за один раз всего одну единицу товара. Другие дозаторы рассчитаны на мелкий товар и выдают за раз несколько штук наполнителя – порцию. В таком случае количество выдаваемого товара может легко регулироваться.

Есть универсальные дозаторы (на все виды наполнителя), которые владелец сам может перенастроить на любой товар. Однако, опираясь на наш опыт, заметим, что универсаль-



ный дозатор – не есть идеальный дозатор. Истина кроется в том, что для каждого наполнителя требуется собственный дозатор, способный гарантировать точность продаж, - в противном случае покупатели будут ругаться с торговой точкой. Кроме того, именно с помощью дозатора «настраиваются продажи» (при порционном наполнителе), а это напрямую связано с прибылью.



Монетоприемник - монетоприемное устройство – наиболее активно работающая часть торгового автомата. Монетоприемник принимает оплату от покупателя, проверяя размер монет (толщину и диаметр) и жесткость. Монета, не отвечающая указанным требованиям, или не будет принята, или же будет принята, но не последует выдача товара. Большая по размеру монета

попросту не зайдет в монетоприемное отверстие; меньшая – пройдет в монетоприемное отверстие, но не последует выдача товара.

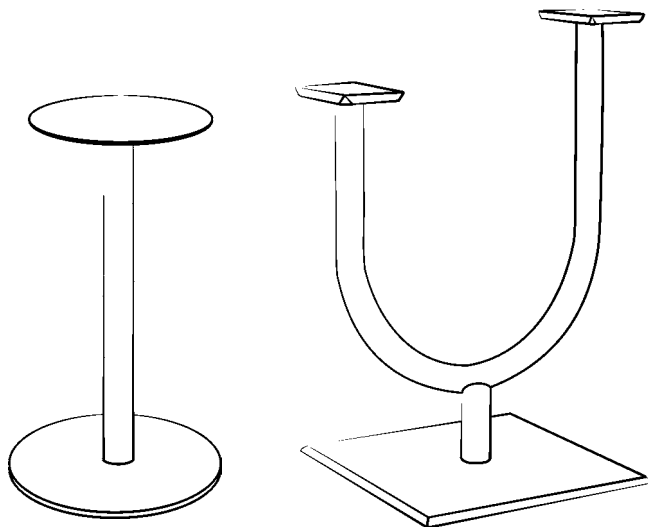
Самыми надежными монетоприемниками считаются устройства канадской фирмы Beaver. Точность их распознавания примерно 0,15 мм.

Монетоприемники легко настраиваются под необходимую монету или жетон.

Применительно к российскому вендингу бывают следующие монетоприемники: на одну монету достоинством два рубля; на одну монету пять рублей; на две монеты два рубля; на две монеты пять рублей; на одну монету десять рублей; на три монеты один рубль; на четыре монеты два рубля. Универсальные – на два вида жетона.

Монетоприемники, принимающие одновременно две-четыре монеты одного достоинства, провернутся и выдадут товар только после того, как покупатель опустит в прорези монетоприемника соответствующее количество монет.

Подставка под торговый автомат (стойка) – не обязательная в поставке, но в то же время необходимая принад-



лежность, служащая для установки автомата в торговом зале. Автомат крепится к стойке при помощи болтов, пропускаемых через специальные отверстия в нижней части корпуса.

В некоторых супермаркетах автоматы стоят не на стойках, а прямо на витрине. Однако такая установка имеет ряд минусов. Автомат попросту незаметен – он теряется в массе товаров, его не видно большинству покупателей. Самое главное, что к такому автомату сложно подступиться ребенку, ведь он будет стоять высоко, возможно, будет заслонен очередью покупателей. Кроме того, автомат, не закрепленный на витрине, будет ерзать, может упасть или стать объектом кражи.

Существуют спаренные подставки – одновременно под два-три и более торговых автоматов, а также подставки, объединяющие 5-20 автоматов в небольшой и очень красочный минимагазин.

Прочие детали и возможные комплектующие. Любой торговой автомат запирается на ключи (от одного до двух – в зависимости от модели).

Как возможное дополнительное оборудование можно выделить: сейф для монеток; неоновая подсветка, звуковые платы и др. Эти комплектующие не включаются в поставляемое производителем стандартное оборудование, но могут быть дополнительно установлены владельцем торгового ав-

томата. Часть из них требует либо питания от аккумуляторных батарей, либо подключения к электрической сети.

Сборка-разборка торгового автомата

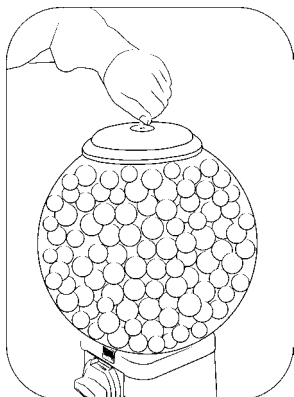
Владелец bulk vending machine может разобрать-собрать автомат всего за несколько минут (прямо, как опытный солдат — автомат Калашникова), причем для сборки-разборки торгового автомата не нужно специальных знаний и навыков.

Торговый автомат можно сравнить с детским конструктором из стандартных деталей: дозаторы, монетоприемники, их можно переставлять с одного автомата на другой. На то, чтобы поменять монетоприемник, требуется от силы две минуты, на извлечение монет — три-пять минут. Все эти действия без каких-либо затруднений может проделать один человек.

Забегая вперед, подчеркнем, что торговые автоматы поставляются производителем в собранном виде, что обеспечивает компактность и защищенность оборудования.

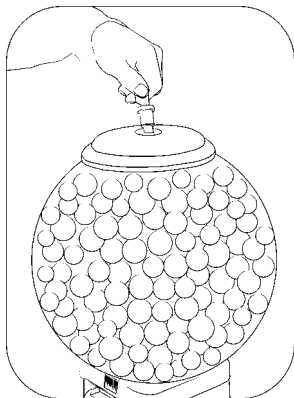
Засыпка наполнителя

Засыпка наполнителя фактически не вызывает простоя торгового автомата, выполняется прямо на рабочем месте оборудования. Всего три-пять минут, и автомат заполнен.

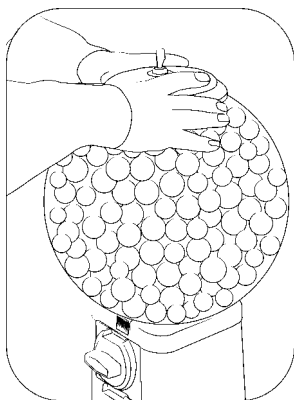


1. Вставляется ключ, открывается и вынимается личинка замка.

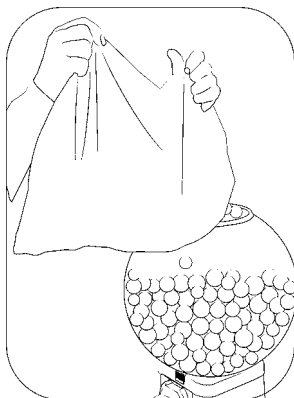
Вес механического автомата в среднем составляет 4—10 кг, и в зависимости от размера модели может достигать 30 кг. Самый маленький автомат — размером чуть более поставленных друг на друга футбольных мячей.



2. С колбы снимается верхняя крышка. Автомат не нужно снимать со стойки.



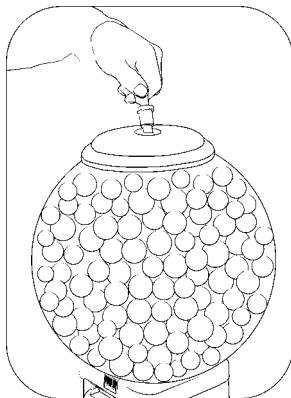
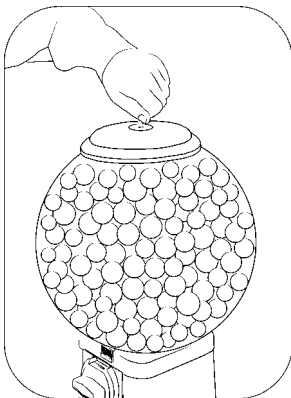
3. На картинке показывается, как снимается верхняя крышка с автомата



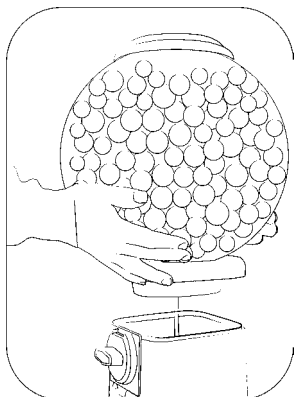
4. На картинке показывается, как засыпается наполнитель (из коробки)

Извлечение монет владельцем торгового автомата (инкассация)

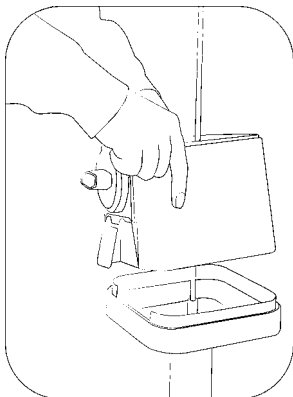
Монеты после совершения покупки (прокручивания монетоприемника) попадают в специальный отсек (нижнюю часть корпуса). Всего здесь может поместиться около 1200 монет.



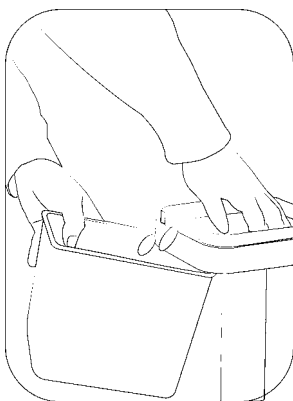
1. Вставляется ключ, отворачивается и вынимается личинка замка



2. Поднимается корпус автомата вместе с колбой. Наполнитель для этого пересыпать из автомат не нужно. Снимать со стойки также нет необходимости



3. На картинке показывается, как снимается верхняя крышка с автомата



4. На картинке показывается, как правильно поднят корпус автомата и извлекаются монеты

Наполнитель для механических торговых автоматов

Для торговых автоматов выпускается и поставляется специальный, особый наполнитель. Привлекательность такого наполнителя для покупателя в том, что он ярок, необычен и даже в своем роде уникален — он не продается нигде кроме как через торговые автоматы.

Весь наполнитель для автоматов делится на пищевой (жвачка, конфеты и т. д.) и непищевой (игрушки, мячики, наклейки). Пищевой и непищевой наполнители продаются раздельно и при продажах, как правило, не смешиваются.

Пищевой наполнитель

Через торговый автомат нельзя продавать обычные конфеты и жвачку, даже если подобрать сладости соответствующего размера. Они попросту слипнутся в колбе под собственной тяжестью, растают от лучей солнца, раскрошатся, потеряют вкус и цвет, застопорят рабочие механизмы и т. д. Да и выглядят они тускло, если не сказать — вообще, отталкивающе, и вряд ли заинтересуют покупателя — «эка невидаль».

Уже более века для gumballs machine производится специальный наполнитель — он имеет определенную форму (как правило — в виде сферы), определенный размер. Кроме того, он покрыт толстым слоем глазури, дабы не растаять от попадания солнечных лучей и не слипнуться от долгого лежания в колбе автомата.

Жевательная резинка и конфеты имеют не только привлекательный внешний вид, но и «взрывное» название, например, «Бомба замедленного действия» или «Озорной арбуз». При этом гарантирован огромный ассортимент: десятки и сотни разнообразных вкусов и видов. Все инструменты, чтобы зажечь желание в любом ребенке.

Пищевой наполнитель — штучный товар, поставляется производителям не килограммами, как обычные конфеты, а в коробках по несколько сотен штук, отпускается покупателю также поштучно.

Подчеркнем, что пищевой наполнитель продается покупателю без упаковки (обертки), то есть предполагается, что он подлежит употреблению сразу после покупки.

Пищевой наполнитель производят в Европе (Испания), США, Канаде, России.

Непищевой наполнитель

Это игрушки, резиновые мячики и прочие детские радости. Игрушки продаются через торговый автомат упакованными в специальные пластиковые (прозрачные) капсулы. Покупатель получает упакованный красочный товар. Вендинг-оператор покупает или уже упакованные игрушки, или же пустые капсулы.

Наиболее ходовые размеры капсул для продажи игрушек — 51 миллиметр и 28 миллиметров в диаметре.

В отличие от пищевого наполнителя через торговый автомат можно торговать любым наполнителем при условии, что он поместится в капсулу указанного размера, и здесь кроется не меньший ассортимент, чем с пищевыми наполнителями.

В конце 2004 года на российском рынке появился новый наполнитель для механических торговых автоматов. Это медицинские одноразовые бахилы, предназначенные для соблюдения чистоты в общественных помещениях. Бахилы так же, как и игрушки, упакованы в пластиковые капсулы (попарно). Новинкой явились не сами бахилы, а идея продажи их через торговые автоматы. На сегодняшний день это пока еще новое направление считается одним из перспективных и, что самое важное, — прибыльных. Только представьте, сколько людей каждый день посещают больницы, поликлиники, родильные дома и т. п. В большинстве этих учреждений покупка бахил является обязательным требованием.

За рубежом существует практика, когда рядом с автоматом ставят сборник, куда покупатель бросает капсулу после того, как вынимает игрушку. Естественно, он может забрать капсулу с собой, но так как для большинства покупателей упаковка в виде капсулы не представляет ценности, ее выбрасывают в урну. Надо полагать, что, поскольку в капсулы помещают непищевой наполнитель, то и использовать ее можно многократно — это небольшая, но все же экономия вендинго-оператору. В России такой практики нет; скорее наоборот, какой-нибудь находчивый покупатель заберет все капсулы из урны.

Какие бывают торговые автоматы bulk vending machine? Основные производители / лучшие торговые автоматы

Можно выделить следующие основные виды автоматов bulk vending machine и автоматов, построенных на аналогичном принципе работы:

- автоматы по продаже жевательной резинки (конфет) и игрушек в капсулах;
- автоматы, продающие стикеры (наклейки и переводные татуировки);
- автоматы по продаже игрушек или жевательной резинки со встроенной игрой;
- автоматы по продаже средств личной гигиены.

Мы привели лишь краткий перечень продукции, которой способны торговать механические автоматы. На практике же этот перечень ограничен лишь фантазией вендинг-оператора. Приведем лишь несколько примеров. Так, автомат по продаже жевательной резинки может торговать фундуком, автомат по продаже игрушек — «взрослыми товарами», автомат по продаже стикеров — билетами.

Интересно заметить, что bulk vending machine стоят в десятки раз меньше, чем иные торговые автоматы (например, по продаже газировки и мороженого). В то же время вендинг-бизнес с механическими торговыми автоматами гораздо динамичнее, нежели с электронными вендорами. Главное же преимущество механических автоматов — сроки их окупаемости: в 2-3 раза быстрее в сравнении с электроникой.

Итак, самый простой механический автомат стоит в России порядка 150 долларов США. В среднем цена за один автомат составляет 200-250 долларов. Есть и мегааппараты стоимостью 2000 долларов и более.

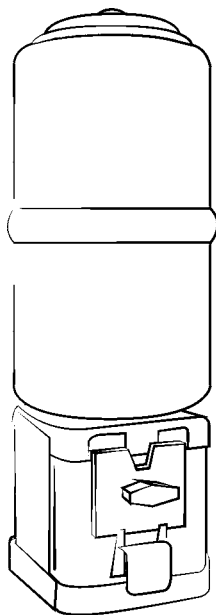
В настоящее время на российском рынке представлено не так много торговых автоматов, но большая их часть — лучших классических производителей, таких как Beaver (Канада) и Wizard (США). Почему мы обращаем внимание именно на эти торговые автоматы?

По нашим оценкам, лучшие торговые автоматы производят компании Beaver (Канада) и Global Gumball (США). И те, и другие продаются на рынке России.

Канады и др. Однако практика показала, что торговые автоматы должны быть не только привлекательны, но и надежны и вандалоустойчивы, то есть защищены от внешнего физического воздействия. В этой связи с рынка России фактически исчезли автоматы производства Испании и Кореи.

Почему не производят bulk vending machine в России? Прежде всего, нет такой богатой истории эксплуатации данных автоматов в России и странах ближнего зарубежья. Нет опыта производства подобного оборудования, разработок монетоприемных механизмов — ключевой детали торгового автомата. Но мы уверены, что в ближайшие годы вендинг-машины будут производить и в России — «свято место пусто не бывает». Это уже поняли некоторые компании, взявшиеся за производство наполнителей (жевательной резинки и жевательных конфет) для gumballs machine.

С 2003 года в России начали производство механических кондоматов — автоматов по продаже презервативов и средств гигиены. Подробнее о кондоматах мы расскажем в отдельном параграфе.



Причины популярности торговых автоматов

В свое время производители механических торговых автоматов наверняка не предполагали, что основными покупателями товара станут дети. Но проходит несколько десятилетий с момента появления механических автоматов, и они находят свою постоянную аудиторию — детей в возрасте 4—14 лет.

В чем популярность вендинг-бизнеса с механическими торговыми автоматами?

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ДЛЯ БИЗНЕСМЕНОВ

Вендинг-оператору не нужно отказываться от иных своих занятий.

Небольшие затраты времени на бизнес позволяют вендинг-оператору заниматься любой другой деятельностью и даже совмещать ее с другой работой или учебой.

В США, говоря о преимуществах бизнеса с вендинг-машинами, акцентируют внимание на том, что вендинг-оператор — сам себе начальник, “босс своего бизнеса”.

У одних бизнесменов небольшая сеть торговых автоматов (5–10), у других — огромная паутина, охватывающая целый мегаполис (200–500 автоматов). Для одних это дополнительная работа и прибыль, для других — мощное финансовое направление.

Бизнес с bulk vending machine не подвержен внешним экономическим кризисам. Люди могут перестать покупать недвижимость и автомобили, но не откажут своим детям в маленькой радости — покупке жвачки или конфеты.

У детей всегда найдется мелочь, которую они «вытянули» у своих родителей. Ребенок не спешит на работу, его не волнуют взрослые проблемы; когда он оказывается в магазине и видит торговый автомат — он просто хочет жвачку.

Почему ребенок отдает предпочтение торговому автомату, а не витрине, хотя на прилавках сейчас, как вы, наверное, заметили, от представленного товара глаза разбегаются?

Все очень просто — торговый автомат представляет собой небольшой «детский магазин»; он для детей. Торговый автомат — это детская привилегия. Попробуйте сделать покупку за своего ребенка! Он вам просто не позволит — захочет это сделать сам, лично.

Торговый автомат содержит в себе элемент игры: покупка — ожидание товара — выдача товара. Элемент игры связан с тем, как товар попадает к ребенку: нужно выполнить действие — опустить монетку (и не просто монетку, а именно подходящую), повернуть монетоприемник. Игра заключается в том, какой именно наполнитель выпадет покупателю — та ли жвачка красного цвета, как он хотел, та ли игрушка, которую он пожелал? Но ребенок в любом случае будет доволен.

Интересно заметить, что в нашей стране потенциальные покупатели через торговые автоматы — не только дети, но и все остальные возрастные категории. У людей возникает понятный интерес ко всему новому.

Бизнес с современным механическими автоматами достаточно легко переживает и денежные реформы. Достаточно заменить (перенастроить) монетоприемное устройство на новые монеты. Даже если из обращения государства полностью исчезнут монеты, реализацию продуктов можно вести за жетоны.

Сравнительно небольшие риски вендинг-бизнеса заключаются и в том, что, когда по каким-то причинам не получилось работать в одном районе города, автоматы легко переместить в другое место.

Бизнес с механическими торговыми автоматами не требует получения лицензий и иных разрешений.

В нашей стране общеизвестны трудности в организации своего бизнеса. Это административные и бюрократические препоны. Для того чтобы открыть торговую точку, необходимо оформить огромный пакет документов, потратить уйму времени и денежных средств. Кроме того, эти документы необходимо постоянно продлять, «подкармливать» различные полномочные местные органы, необходимо платить различные сборы и т. д., потребуются связи в полномочных органах. Далее идет учет и создание рабочих мест.

На организацию минимаркета уйдут недели и месяцы, на организацию сети торговых автоматов — дни.

Операторам торговых автоматов не нужно строить магазинов и получать лицензии на торговлю. В любом городе масса магазинов и иных торговых площадей. Задача вендинго-оператора организовать установку и обслуживание торговых автоматов.

Не нужны владельцу сети автоматов офис и многочисленные работники. Для обслуживания торговых автоматов не нужно большого количества рабочего персонала. Вообще, как правило, владелец сети и есть главный или единственный работник. Сеть до 100 автоматов вполне может обслуживать всего 1 человек. Сеть до 200 автоматов — 2-3 работника.

Для обслуживания торговых автоматов не нужно иметь специальных знаний и навыков. Вендинг-оператора всегда может заменить его работник или партнер.

Автомат самодостаточен и готов работать без перерыва.

Gumballs machine не нуждается ни в продавце, ни в электричестве, ни в подводе воды или каких-либо иных ресурсах. Автомат может работать 24 часа в сутки, без выходных и перерывов.

Достаточно обслуживать торговый автомат один раз в неделю и даже реже. Несомненное удобство обслуживания: его можно совершить в любое удобное время, на засыпку наполнителя и инкассацию уходит не более 10—15 минут. Это зависит от формы работы (об этом мы расскажем ниже). Все остальное время вендинг-оператор может тратить на любую другую деятельность или же заниматься развитием сети торговых автоматов.

Данный бизнес привлекателен своей незаметностью. Сеть торговых автоматов в отличие, например, от сети киосков не имеет своей вывески, расположена на территории торговых площадей.

В зависимости от формы работы с торговыми точками (об этом мы расскажем ниже) вендинг-оператор может показывать свою степень участия в данном бизнесе. Это плюс для тех бизнесменов, которые не хотят афишировать свой бизнес.

Механические торговые автоматы — это микромаркеты с большой прибылью.

На одном квадратном метре могут быть размещены три торговых автомата, объединенные одной стойкой и торгующие одновременно тремя видами наполнителей: жевательной резинкой, конфетами и игрушками (или в любом другом сочетании).

Для сравнения рассмотрим обычный минимаркет. Наценка на товар здесь составляет в среднем 20-30%, тогда как владелец торгового автомата получает с наполнителей порядка 100% и более. Владелец минимаркета платит зарплату продавцам и обслуживающему персоналу, он платит за электричество и воду, различные разрешения, лицензии и т. д. Владелец торгового автомата свободен от таких трат.

Владелец сети торговых автоматов — это владелец минимаркетов. Так, например, двойной или тройной автомат может торговать разными видами наполнителя, занимая всего 1 квадратный метр. Один автомат занимает всего 0,33 квадратных метра. Если у оператора сеть в двадцать торговых автоматов, он, соответственно, платит за аренду 6-20 квадратных метров.

Bulk vending machine работают с наличными денежными средствами.

Этот фактор позволяет владельцу сети торговых автоматов оперативно изымать из оборота вложенные деньги.

Управление стоимостью продаваемого продукта.

Оператор торговых автоматов в любое время может регулировать стоимость товара, путем замены монетоприемного устройства. Скажем, в случае увеличения издержек или необходимости увеличить прибыль, вендинг оператор может поднять стоимость продаваемого продукта на 20—100 и более процентов. Продукт можно продавать как за монеты, так и за жетоны (стоимость которых устанавливает оператор).

Долгий срок службы.

В среднем жизнь торгового автомата — 10 лет. Если учитывать, что автомат окупается за 3-4 месяца, это значит, что он окупит себя за срок службы 30-40 раз.

Кроме того, в ходе своей работы автомат может быть в любое время модернизирован. В США даже развит бизнес по модернизации торговых автоматов, когда за определенную плату меняют изношенные (не только материально, но и морально) детали автомата.

Надежность механических торговых автоматов.

За более чем столетнюю историю автоматов производители нашли идеальные формы и механизмы торгового оборудования. Современные автоматы отличаются надежностью и, что очень важно, — точностью в обслуживании покупателя. К тому же их простота — это простота ремонта: при поломке одного из узлов легко самостоятельно заменить его на новый.

Универсальность механических автоматов.

Фактически все автоматы универсальны и способны торговать несколькими видами товара. Сегодня автомат торгует жевательной резинкой, завтра конфетами и орехами, послезавтра игрушками в капсулах.

Мобильность торговых автоматов.

Vending machine не занимают много места, удобны для перевозки. Смена места работы торгового автомата — это вопрос небольшого времени. Сегодня автоматы могут работать в одной торговой точке, завтра в другой; днем в детском кафе, вечером — в ночном клубе. В отличие от минимаркета или торгового киоска торговый автомат без существенных финансовых затрат меняет свое место работы. На обычном легковом автомобиле можно перевезти 5 gumballs machine.

Ликвидность торговых автоматов.

Торговые автоматы сохраняют стабильную рыночную цену. Их легко продать на вторичном рынке, особенно это не представляет труда, когда торговый автомат хорошо себя зарекомендовал в конкретной торговой точке. Сеть же торговых автоматов — это готовый работающий бизнес, стоимость которого в разы превышает стоимость оборудования. В США уже давно сформировался такой рынок, где сеть торговых автоматов выступает предметом купли-продажи.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Покупателям интересно все новое и современное.

Каждый новый автомат в течение двух-трех месяцев будет пользоваться необыкновенной популярностью у покупателей, потому что он новый, а новое всегда вызывает интерес. Кроме того, как мы уже писали, иногда покупка связана с элементами игры, что тоже представляет интерес не только для детей, но и взрослых.

Новые продукты. Вместе с новыми автоматами покупателям становятся доступны новые продукты, которые порой не найдешь на полках супермаркетов. Например, жевательная резинка gumballs производится только для торговых автоматов, и ее попросту не встретить на витрине супермаркета.

Через торговые автоматы продают одинаково качественные продукты. Только так можно привлечь покупателя постоянно пользоваться торговыми автоматами. Быстрый оборот продуктов говорит о том, что автомат торгует только свежей продукцией.

Экономия времени. Зачастую, особенно в час пик, покупка какой-либо мелочи связана с потерей времени. Покупатель должен искать товар на прилавках, стоять в очереди, проходить через кассу. На покупку тратится от 3 до 20 минут. Торговый автомат такую проблему решает. Автоматы не делают перерыва в работе, не отвлекаются. Как правило, у автоматов нет очереди, а если и есть, то это ненадолго, т. к. на обслуживание покупателя уходит 10—15 секунд.

Торговый автомат одинаково вежлив со всеми покупателями. Автомат не проявляет отрицательных эмоций, не устает и всегда только приветлив с покупателями. Он может даже поблагодарить за покупку.

Простота покупки. Для того чтобы сделать приобретение, покупателю не нужно обладать какими-либо специальными знаниями и, например, знать язык страны. Достаточно опустить монету и повернуть монетоприемник или выполнить иные простые действия, которые изображены на инструкции.

Интимность покупки. Возникают ситуации, когда покупатель не хочет делать публичную покупку (например, средств гигиены). В этой связи торговый автомат гарантирует конфиденциальность покупки.

Как начать свой бизнес?

Начальный капитал

Бизнес с механическими торговыми автоматами не требует крупных капиталовложений. Речь не идет о сотнях тысячах долларов. Чаще всего предприниматели начинали с небольшого количества автоматов.

Так, например, суммы в \$1500-3000 хватит на начальный комплект bulk vending machine и аксессуаров к ним: десять торговых автоматов, наполнители для них.

Даже производители торговых автоматов советуют начинать с небольших капиталовложений, правда, называя сумму в \$5000 — 10000. Заметим, что на эту сумму можно купить достаточно много торговых автоматов, тогда как установить их сразу после покупки у вендинг-оператора не получится. Потребуется как минимум несколько недель. А это значит, что приобретенные автоматы будут простаивать. С другой стороны, ничто не мешает вендинг-оператору докупать автоматы уже после установки первой партии.

Как говорят в США, если вы начали с 2000-5000 долларов, то это уже агрессивное начало.

Есть, конечно, примеры, когда вендинг-операторы начинали с сети в 200-300 автоматов, но, на наш взгляд, без услуг "локатора" здесь не обойтись, тем более, если предприниматель только открывает для себя вендинг-бизнес.

Итак, идеально начать с 10-30 автоматов, чтобы понять сложности и перспективы, применить на практике различные варианты работы. Можно обратиться и к услугам локатора — в настоящее время в данной сфере уже имеются профессионалы.

Форма и сроки организации бизнеса

На организацию собственного бизнеса потребуется совсем немного времени — не более недели. Самая простая форма для организации вендинг-бизнеса с механическими

«Оборотистость» и прибыльность данного бизнеса позволяют постоянно наращивать свою торговую сеть.

торговыми автоматами — ИЧП (индивидуальный частный предприниматель, иначе ПБОЮЛ). Если вы не зарегистрированы в качестве предпринимателя, такая процедура займет всего несколько дней. Подойдет и любая другая форма коммерческой организации.

Для того чтобы начать работать, не нужно получать каких-либо лицензий, сертификатов и иных разрешений (в том числе разрешения санитарных органов). Понадобятся только сертификаты на наполнители (предоставляются поставщиком наполнителя).

Необходимые элементы

Как мы уже писали, для вендинг-оператора не обязательно наличие офиса, достаточно небольшого склада, отвечающего санитарным нормам, для хранения пищевого наполнителя (сухое прохладное темное помещение). Впрочем, вашим «офисом» и мобильным складом может стать обычный автомобиль.

Отсутствие офиса не должно отрицательно сказаться на вашем имидже, так как встречи для переговоров с администрацией торговых точек проходят, как правило, на их же территории.

Одно из ключевых требований — у вендинг-оператора должна быть постоянная телефонная связь с торговыми точками. Поэтому в этих целях необходимо дополнительно завести сотовый телефон.

Выбираем автоматы и наполнитель

Один из первых вопросов, возникающих у начинающих бизнесменов, — какие торговые автоматы выбрать? На наш взгляд, если вы ставите своей целью построение сети торговых автоматов, вам стоит начать работать с различными торговыми автоматами, чтобы понять, какие из них наиболее привлекательны, какие хрупки и т. д., то есть сформировать свое собственное мнение и понять отношение потребителей к автоматам. То же самое касается и наполнителя. Стоит попробовать торговать разными видами, только тогда будет ясно, что больше нравится покупателям.

На начальном этапе организации бизнеса необходимо запастись и монетоприемными устройствами, принимающими металлические «денежки» разного достоинства — это по-

зволит динамично управлять ценой; в этих же целях необходимо иметь и разные виды дозаторов.

Какой бы автомат и наполнители вы ни выбрали, если в вашем населенном пункте ранее не было автоматов, они будут пользоваться огромной популярностью первые два-три месяца. За это время можно поэкспериментировать с наполнителем, перестановкой автоматов.

Помимо определения начального капиталовложения и вида наполнителей следует выбрать форму доставки наполнителя до вашего региона. Так как потребность в наполнителе у вас будет всегда, то и доставка должна быть стабильно недорогой, надежной и быстрой. В настоящее время это не только почта и железнодорожный транспорт, но и в большей мере автотранспортные компании. В дальнейшем, по мере изучения покупательского спроса, необходимо составить график поставки наполнителей от поставщика до вендинг-оператора, в противном случае в определенный момент наполнитель может закончиться и возникнет неприятный момент простоя вендинг-машин.

С чего начать, после того как у вас уже есть парк торговых автоматов? Ответ на этот вопрос вы сможете дать сами, прочитав следующий раздел — «Прибыльность и окупаемость торговых автоматов».

Прибыльность и окупаемость механических торговых автоматов

Цель вендинг-оператора — создание рабочей сети торговых автоматов, постоянно растущей, с высоким уровнем продаж.

Обратимся к зарубежной статистике окупаемости торговых автоматов gumballs machine.

Наш опрос иностранных вендинг-операторов показал, что за рубежом прибыль с одного торгового автомата составляет от 7 долларов в месяц. По данным NBVA⁵, за 2002 год в США было установлено около 2 миллионов торговых автоматов; на 2003 год (опубликованы на веб-сайте компании) прибыль с gumballs machine за 1 год составляет \$115 (в среднем \$9,58 в месяц).

Всего семь-десять долларов? «Какая мелочь!» — возразит обыватель. Но если пересчитать годовую прибыль с торговых автоматов, то она составит 250-500% годовых. Привлекательность данного бизнеса в Америке заключается в том, что вендинг-операторы США покупают жевательную резинку за 2 цента, а продают ее за 25 центов. По словам бизнесменов, они имеют с каждой жевательной резинки 17 центов чистой прибыли.

В России вендинг-операторы покупают жевательную резинку примерно за 1 рубль и продают ее за 2 — 4 рубля. Но в отличие от США в России ежедневно через один торговый автомат продается примерно 50 жевательных резинок (и больше!), то есть прибыль с одного торгового автомата выше, чем в Штатах, в 3-5 раз.

Это связано с тем, что автоматы за рубежом работают очень и очень давно. Уже не одно поколение людей воспринимает торговые автоматы как обыденность, тогда как в России они

Каждый день один торговый автомат в Америке продает в среднем 2–4 жвачки, тогда как в России – 40–60 жвачек в день.

⁵ NBVA (National bulk vendors association) - национальная ассоциация по торговым автоматам (англ).

являют собой новинку. Опять-таки, в зарубежных странах (например, США) данные автоматы можно встретить буквально в каждом магазине, супермаркете, и как следствие — большая конкуренция.

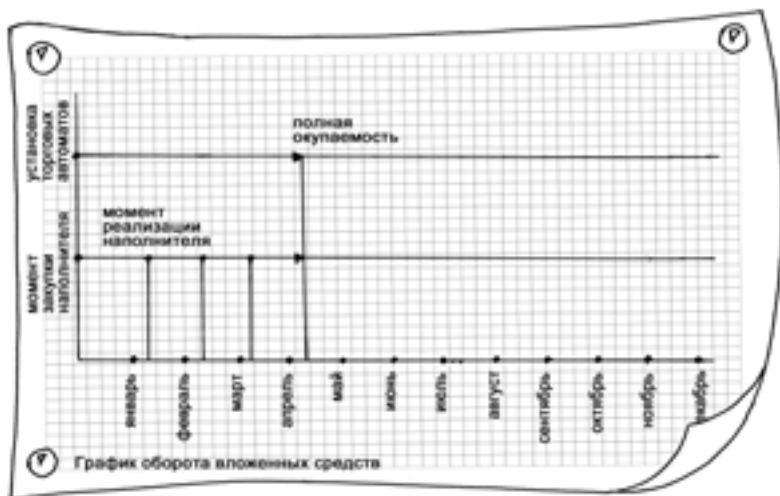
Торговые автоматы (механические) в среднем окупаются за 3-5 месяцев, но у удачливых, предприимчивых операторов срок окупаемости вдвое меньше. Чтобы не быть голословными, вернемся к формуле окупаемости вендинг-машин, что мы привели в разделе «О вендинг-бизнесе».

$$O = \frac{C}{((C_2 - C_1) \times K \times 30) - (A + N)}$$

Возьмем следующие данные: стоимость автомата — 4500 рублей, себестоимость наполнителя — 1 рубль, цена продажи наполнителя — 2 рубля. Плата торговой точке — 300 рублей (комиссия с выручки), и налоговый платеж — 200 рублей.

$$O = \frac{4500}{((2 - 1) \times 50 \times 30) - (300 + 200)}$$

Срок окупаемости при данных условиях составит четыре с половиной месяца. Если же количество продаж через торговый автомат будет вдвое больше, то есть сто в день, то и окупаемость оборудования сократится до двух с небольшим месяцев.



Подробнее о факторах, влияющих на срок окупаемости торгового оборудования, мы расскажем чуть ниже.

За рубежом (в частности в США) развит бизнес по продаже уже работающих сетей торговых автоматов. Скажем, если какой-либо автомат стоит \$200, то автомат, уже установленный и работающий в определенной торговой точке, вместе с местом стоит \$300-400.

Бизнес с торговыми автоматами – ликвидный бизнес, который всегда можно продать.

Таким образом, владелец сети автоматов делает хорошее капиталовложение, развивая и увеличивая свою сеть.

Автоматы окупаются в среднем за 4-5 месяцев. Но это средние показатели, на практике же можно окупить автоматы и за неделю, месяц, а можно затянуть этот процесс и на год — это зависит от следующих факторов:

- 1) место торговли и место установки торгового автомата в конкретной торговой точке;
 - 2) наполнитель, который реализуется через торговые автоматы;
 - 3) привлекательность торгового автомата;
 - 4) наличие или отсутствие конкурентов;
 - 5) сезонный фактор;
 - 6) отношения с владельцами торговой точки.
- Рассмотрим названные факторы подробнее.

1) Место торговой точки

Получаемая прибыль во многом зависит от места установки автоматов (торговой точки). За рубежом есть даже поговорка, что три составляющие успешной торговли автомата — это его расположение, расположение, расположение.

Установка торгового автомата, подбор и засыпка наполнителя – это целое искусство, от которого и зависит, будет ли оператор автомата получать прибыли или суперприбыли.

В этой связи все торговые точки условно можно поделить на две группы.

В первой группе аудитория ежедневно меняется. Это, например, цирки, кафе, развлекательные парки, вокзалы и т. п.

Во второй группе торговых точек аудитория *каждодневно или циклично одна и та же*. Это, например, минимаркеты и супермаркеты в «спальных районах».

И если для первой группы торговых точек главное — грамотно установить торговый автомат, и это, фактически, единственное условие, то для второй группы только грамотной установки будет недостаточно. Со временем (через месяц-два) наполнитель «приестся» покупателям, и продажи начнут падать. Поэтому в целях поддержания продаж необходимо в торговых точках второй группы периодически менять наполнитель, но об этом немного позже.

Перейдем к конкретным торговым местам. Например, в цирке или развлекательном парке, ваш автомат может окупиться за 14 дней, в супермаркете за три месяца, но как в первом, так и во втором случае автомат надо грамотно установить. Неспроста первые gumballs machine устанавливали в США на железнодорожных станциях — местах, где ежедневно бывают тысячи людей.

Что мы включаем в определение «грамотная установка торгового автомата»?

Итак, во-первых, мы выбираем *лучшую* торговую точку в конкретной части района города. Это не значит, что эта торговая точка — например, магазин, больше и внешне привлекательнее всех остальных. Наоборот, в спальных районах наиболее посещаемым, людным местом может оказаться обычный, ничем не примечательный минимаркет.

При выборе торговой точки нужно учитывать следующие факторы:

- это не должна быть исключительно «взрослая торговая точка» (исключены — хозяйственные магазины, технические и т. п.);

- это должна быть продуктовая торговая точка (минимаркеты и т. п.) или же торговая точка, в которой аудитория — дети 4—14 лет (детское кафе, дом детского творчества, детский парк, развлекательный центр, магазинчик вблизи детского сада, куда заходят родители со своими чадами по пути в детский сад и домой и т. п.);

- если это продовольственный минимаркет, то он не дол-

жен быть расположен на автострадах, в офисных районах, то есть местах, где дети бывают редко.

Чтобы выяснить, какая торговая точка лучше, необходимо провести “разведку местности”.

Мы можем предложить следующий порядок расстановки торговых автоматов, при этом будем отталкиваться от того, что эти группы мест свободны. Во-первых, «золотые места»: цирки, развлекательные парки, детские центры и кафе и т. п. Во-вторых, спальные районы. И в-третьих, пригородные жилые районы. Почему именно такая последовательность? Цель — «занять» выгодные места. Тем более, работая с «золотыми» точками, будет проще вести переговоры с обычными магазинами и сетями маркетов.

Практика показывает, что владельцы «золотых мест» рано или поздно, осознав всю прибыльность дела, захотят выкупить у вас вендоры или самостоятельно установить их.

Поэтому при построении сети торговых автоматов нужно рассчитывать не только на “золотые” места, но и на обычные минимаркеты.

Работая с сетью магазинов, вам, безусловно, будет проще — предполагается установка сразу целой группы автоматов. Но зато в случае если сеть маркетов откажется от ваших услуг, возникнет простой сразу большого числа торговых автоматов.

Одним из перспективных мест для установки торговых мест являются средние школы. Однако в России администрация школ в большинстве случаев не позволяет операторам устанавливать торговые автоматы. Для сравнения, в США в школах автоматы являются нормой. Представляется, что в ближайшие годы вендинг-операторы будут вести экономическую борьбу за этот рынок сбыта.

Если торговые автоматы не получается устанавливать в школах, можно это сделать в непосредственной близости от учебных заведений.

Чем больше сеть торговых автоматов, тем меньше прибыль с отдельно взятого торгового автомата.

Личный опыт: выбор места установки торговых автоматов

Сначала производим разведку. С вечера я выбираю несколько школ в «спальном районе». С утра приезжаю к школе, смотрю, в какой магазин (или минимаркет) преимущественно бегают на перемене дети (или идут после школы). Интересно заметить, что дети посещают в основном небольшие магазинчики, так называемые минимаркеты. Супермаркеты находятся в основном на крупных дорогах, да и дети их посещают не так охотно (там очереди, тележки и т. д.).

Владельцы таких минимаркетов весьма охотно заключают договор. И, как правило, через день-два я заключаю договор с минимаркетом.

Небольшая площадь минимаркета не позволит автомату затеряться, как это может быть, например, в супермаркете.

Советую серьезно отнестись к «разведке местности» при выборе правильного минимаркета. Дети, как правило, посещают один и тот же магазин. «Мелочь» на самостоятельные покупки сейчас есть у всех, и ваша задача всего лишь установить там автомат и почаще менять ассортимент (не только жвачки, но и игрушек). Сделайте для детей покупку модной (да, именно модной) и интересной.

Теперь перейдем к вопросу установки торгового автомата в торговом зале конкретной торговой точки. Механические торговые автоматы необходимо устанавливать на видном месте, например, в центре торгового зала, у входа (или выхода). Большой плюс торгового автомата — его автономность. Покупателю не нужно стоять в очереди, подходить к витрине. Покупку можно совершить прямо в центре торгового зала. Нежелательно устанавливать торговый автомат в череде витрин: во-первых, он затеряется в массе товаров, во-вторых, его просто будут заслонять покупатели, если возникнет очередь, и ребенку будет неудобно совершить покупку. Именно поэтому автомат должен стоять на индивидуальной подставке.

Безусловно, нужно учитывать и следующие нюансы. Автомат необходимо устанавливать:

- в чистом месте, никак не рядом с мусорными ведрами и баками;
- под косвенным присмотром торгового персонала или места, где его можно прикрепить к чему-либо;
- так, чтобы он не мешал очереди в магазине, не стоял откровенно на проходе, чтобы его случайно не уронили;
- если в торговом центре есть детский отдел, то эффективна установка в детском отделе или на пути к нему;
- эффективна установка двух спаренных торговых автоматов, когда в одном продается, скажем, жевательная резинка, в другом — игрушки.

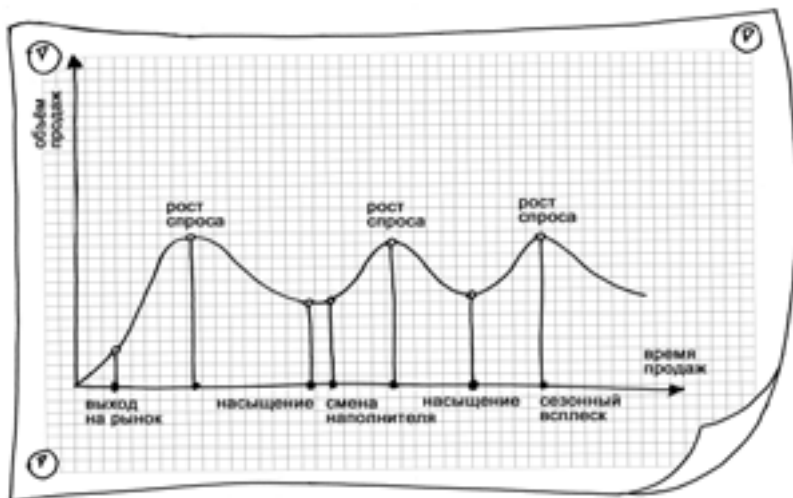
В крупных торговых комплексах, таких как ЦУМ, ГУМ, детские развлекательные парки и т. п., имеет смысл установить несколько автоматов в различных местах. В таких торговых зонах действует негласное правило: если на первый автомат потребитель только обращает внимание, проходя мимо, на втором он уже ищет мелочь, на третьем совершает покупку.



2) Менять наполнитель

Вкусы покупателей и даже детей пресыщаются, и если, например, торговать одним и тем же видом жевательной ре-

зинки в течение полугода, количество продаж пойдет вниз. Поэтому смена продукта, продаваемого посредством торгового автомата, это естественный маркетинговый ход, направленный на поддержание потребительского интереса.



Как часто? Достаточно менять наполнитель раз в два-три месяца, чтобы поддерживать покупательский спрос на высоте. Впрочем, можно менять наполнитель и после каждой засыпки, если он находится в единой ценовой категории и одинаков по размеру.

Для того чтобы определить популярность и востребованность конкретного наполнителя у покупателей, достаточно вести запись динамики продаж после каждой инкассации автомата или же по мере поставки наполнителей.

Не делайте скоропалительных выводов в случае падения продаж, виной тому может быть вовсе и не наполнитель, а любые другие условия (внешний вид автомата, сезонность и др.).

Кроме всего вышесказанного, важно учитывать, что есть определенные правила очередности продаж наполнителей. Например, нельзя после крупной жвачки торговать более мелкой (в той же ценовой категории), правильнее начинать продажи с яркой жвачки небольшого размера, а потом засыпать более крупную. Не рекомендуется делать «микс» из разных видов наполнителей, лучше последовательно менять виды наполнителя.

Западным бизнесменам, в целях привлечения особого внимания к своему продукту, известен нехитрый прием. Приведем пример с торговым автоматом по продаже мороженого. Допустим, он установлен в «спальном районе», через него осуществляет покупки местное население. Для покупки предлагается 4 вида мороженого: клубничное, ванильное, шоколадное и банановое. Владелец торгового автомата после нескольких дней/недель продажи данных сортов мороженого замечает, что ванильное пользуется наименьшим спросом. Тогда он поступает следующим образом: убирает напрочь ванильное мороженое из ассортимента. Через несколько недель, когда посетители насытились оставшимися сортами мороженого, он вновь включает в ассортимент ванильное мороженое, и популярность его заметно возрастает. Новинка привлекает внимание. Успех его будет продолжаться некоторое время, пока снова ажиотаж не спадет.

Если применять эту же тактику к вендинг-машине (точнее, к наполнителю), то картина складывается следующая: можно поставить в торговой точке 2-3 автомата — с жвачкой и конфетами. Периодически менять наполнитель. Основные покупатели — дети очень скоро заметят смену наполнителя и захотят его попробовать.

Эти же правила распространяются и на продажи игрушек в капсулах через торговые автоматы. Разнообразные и интересные игрушки вновь и вновь будут привлекать внимание детей, если же продавать «сучный» наполнитель, спрос быстро упадет.

Нужно знать, какие именно игрушки в настоящее время пользуются популярностью у детей в возрасте от 4 до 14 лет, чтобы сделать верную ставку на соответствующий наполнитель.

Личный опыт: укладка наполнителя

Есть небольшой секрет укладки игрушек в капсулах в торговый автомат. Необходимо класть самые привлекательные игрушки в капсулах таким образом, чтобы они были видны покупателям, то есть у стенки автомата. Отсюда игрушки выпадут одни из последних, то есть будут привлекать внимание в течение всего цикла продаж.

3) Привлекательность торгового автомата

Автоматы вообще внешне привлекательны, а особенно большие торговые автоматы, причем когда они более чем на 2/3 заполнены наполнителем. Торговый автомат, в котором осталось мало наполнителя (буквально на доньшке), теряет свое очарование — кто захочет покупать остатки.

Пыльный или грязный торговый автомат, невзрачная колба автомата, в которой хранится наполнитель, также оттолкнут покупателей.

Раскрошившийся или потекший наполнитель в колбе, пыль, отпечатки пальцев на корпусе — эти мелочи влияют на привлекательность вашего торгового автомата и саму покупку. Если детей это может и не оттолкнуть, то уж взрослые точно будут против такой покупки.

Как мы уже писали, автомат должен быть не только идеален внешне, но и находиться в чистом месте торговой точки.

Если торговый автомат эксплуатируется на улице, то следует чаще обращать внимание на его внешний вид. Он быстро покрывается пылью, грязными отпечатками. Если не уделять его чистоте должного внимания, покупательский спрос стремительно упадет. Об уходе за торговыми автоматами мы расскажем в отдельном параграфе.

Со временем даже внешний вид торгового автомата становится для посетителей конкретной торговой точки привычным. Поэтому в целях повышения спроса можно заменять торговые автоматы в различных торговых точках, например, вместе со сменой наполнителя. Скажем, вместо обычного поставить автомата со спиралью. Еще один способ повысить продажи — добавить на некоторое время к одному автомату второй, скажем, с игрушками, а потом сделать месячный перерыв и снова вернуть автомат. Этот простой прием позволит привлечь внимание и повысить продажи.

Немаловажное значение имеет модель торгового автомата и его расцветка. Вендинг-операторы США обоснованно утверждают, что самым привлекательным цветом является *желтый*. На втором месте — красный цвет. В этой связи обратим внимание на то, что со временем можно менять в торговых точках автоматы на кардинально разные цвета. Два месяца желтый, два месяца красный и т. д.

4) Наличие или отсутствие конкурентов

Наличие конкурентов может нанести удар по вашим продажам и сократить их вдвое и больше. Пока автоматная конкуренция — редкость для России, но в ближайшие годы вендинг-операторам придется учитывать конкурентов в своих стратегических планах. В ряде торговых точек в скором времени конкуренции просто не избежать: например, в крупных торговых павильонах, детских развлекательных парках.

Правильно «бороться» с конкурентами, то есть конкурировать — значит продавать больше наполнителей и получать больше прибыли. Зачастую торговым точкам все равно, чьи автоматы ставить и кому отдавать место под аренду — лишь бы получать больше прибыли за аренду площади (или комиссию). Так появляются автоматы конкурентов. Этого можно избежать, если, заключая договор с конкретной торговой точкой, обговорить, что последняя обязуется не устанавливать на своей площади аналогичные торговые автоматы как самостоятельно, так и от конкурирующих компаний. До поры до времени такое условие может сдержать торговую точку.

Если же все-таки это произошло, не стоит опускать руки и покидать торговую точку, тем более если она приносит стабильную прибыль. Ваша задача — либо вытеснить конкурента, попросту сделав невыгодной для него эксплуатацию торговых автоматов, или же перевести большую часть продаж на свои торговые автоматы. Как это сделать?

Приемы «чистой» конкуренции действуют при условии, что торговый автомат правильно установлен, а не скрыт где-то за прилавками. Немаловажен порядок установки автомата. Если вендинг-машины стоят рядом друг с другом, то покупатель выберет то, что ему понравится. Если же они расположены вне пределов видимости друг от друга, покупатель выберет тот автомат, который заметит первым.

Итак, если в торговой точке стоят автоматы конкурентов, либо автоматы конкурентов стоят в непосредственной близости (в соседнем павильоне или торговой точке), можно предпринять следующие способы повышения продаж:

- 1) продавать более привлекательный наполнитель (более яркий и цветной, более крупный);

- 2) поставить более привлекательный автомат (автомат с элементами игры, размером с человеческий рост или светящийся автомат).

3) продавать похожий наполнитель, но по более низкой цене (один вид жевательной резинки идет в ценовой категории за 2 рубля, другой за 4 рубля. Если через автоматы конкурента продается жвачка за 4 руб., идеальное решение — продавать жвачку по 2 рубля, но размером не отличающуюся от более дорогой);

4) устроить розыгрыш призов среди покупателей наполнителя.

Со временем, по мере развития автоматной торговли, вендинг-операторам придется столкнуться с опосредованной конкуренцией, когда автоматы конкурентов будут стоять в соседних торговых точках, на улицах города, по всему городу. В таком случае победителем будет тот вендинг-оператор, который применит максимум способов поддержания и повышения продаж, внесет новации в свой бизнес.

5) Сезонный фактор

Безусловные периоды повышения продаж — праздники. Особенно празднование Нового года, а также школьные зимние каникулы, когда удачливый оператор может окупить торговые автоматы за две-три недели.

Всплеск продаж связан и с началом нового учебного года, когда дети возвращаются с дач и баз отдыха и начинают ходить в школу. К этому времени вендинг-оператор должен переставить автоматы поближе к учебным заведениям, в мини-маркеты «спальных районов».

Наиболее эффективно — выработать сезонный график работы торговых автоматов. Например, летний период — летние кафе и выездные праздники, пляжи; осенний период — школы, супермаркеты; новогодний период — детские елки и т. д. В любое время года каждый ваш автомат должен работать на «гребне волны».

**В любое время года
каждый торговый
автомат должен
работать на
«гребне волны».**

В работе с автоматами необходимо делать ставку на их причастность к празднику: если «на носу» Новый год, то автомат должен быть соответствующе украшен, воплощать в себе радость события. Это касается любых празднеств или памятных дней: Пасха, день святого Валентина, день города и любой другой локальный праздник.

Вендинг-оператору следует уделять внимание любым детским знаменательным событиям. Если где-то проводится детское празднование — там должны быть автоматы. Туда, где собираются малыши, должны следовать и торговые автоматы. Так, два-три автомата на детских празднованиях за три дня принесут прибыль, сравнимую с месячной работой в обычном режиме. Кроме прибыли, такая эксплуатация автоматов направлена на создание положительного имиджа в глазах детей, приучение к автоматной торговле. Теперь они будут постоянными клиентами. Где бы ребенок ни увидел автомат, он у него будет ассоциироваться с радостью и праздником.

В зависимости от сезонных празднеств, при условии удачной установки автомата, его максимальная выручка может составить \$300-400 в месяц. Любой праздник и сезон оператор вендинг-машины должен использовать с выгодой для себя.

Личный опыт: эксплуатация торговых автоматов в новогодние праздники

Детские и школьные новогодние елки — это, пожалуй, лучшее время для торговли через торговые автоматы. Пора «елок» начнется примерно с конца декабря и продлится почти до середины января. В нашей практике это самое выгодное детское мероприятие. Как правило, новогодние елки проводят в домах культуры, театрах, иногда школах. Об установке торговых автоматов необходимо договориться заранее.

Учитывайте тот факт, что, скорее всего, жевательной резинкой на таком мероприятии вам торговать не позволят, но остаются конфеты и самое главное — игрушки. Именно продажа игрушек на таких праздниках приносит большую прибыль.

В зависимости от масштабности праздничного мероприятия «елку» посетят 200 — 1200 детей за одно представление. В день бывает по два-три представления. А значит, аудитория ваших потенциальных покупателей возрастает до 600-3500 детей в день. Если вам удастся договориться, скажем, об установке автоматов на так называемой «кремлевской» или «правительственной» елках, границам фантазии нет предела, и доходности — тоже...

Опираясь на свой опыт, можем уверить вас, что при удачной постановке автоматов и наладке механизма их работы вложенные деньги можно окупить за две-три недели.

В период праздников продажи увеличатся и в торговых центрах, магазинах. Поработайте над ассортиментом наполнителей.

Эксплуатация торговых автоматов в летний период

В летний период продажи через торговые автоматы, как правило, снижаются. Город пустеет: дети уезжают на дачи, в лагеря отдыха и т. п., становится меньше посетителей в универмагах, кафе.

Но это не означает, что нужно опускать руки и ждать окончания сезона отпусков. Сменив места установки торговых автоматов, можно добиться, чтобы и продажи, и прибыль не падали, а увеличивались.

Торговыми автоматами (как и шахматами на доске) надо умело управлять. Если зимой, весной и осенью автоматы стоят по супермаркетам, кафе и т. д., то летом их эффективнее переставить на улицу.

Возникает много вопросов: куда ставить автоматы? кто будет за ними наблюдать? кто займется разменом монет?

Мы ставим автоматы у летних («тентованных») кафе. Благо, что кафешки разбросаны по всему городу. Есть и в парках, и на центральной улице, и просто на проходных местах.

Кафе, как правило, работают до поздней ночи, а это лишние часы работы автоматов и, значит, дополнительные продажи.

Посетители кафе не могут не заметить автоматов, а покупают жвачку как взрослые, так и дети. Кроме посетителей кафе, потенциальные покупатели — это все проходящие мимо люди.

Еще один вариант летней эксплуатации торговых автоматов — их установка на базах отдыха. Последние во множестве раскиданы вокруг любого мегаполиса (базы отдыха от предприятий, детские лагеря и т. д.). Зачастую они находятся «впритык» друг к другу, а значит, в одном месте сосредоточено большое количество потенциальных покупателей.

На базах отдыха много детей, а ведь это может быть и детская база отдыха! Скажем, человек на 800. Вот вам и самое прибыльное место. Попробуйте установить автоматы не только на детских базах, но и на обычных — где отдыхают все возрастные категории.

Самое главное, что вы должны грамотно построить свои отношения с владельцами торговых точек на базах. Необходимо снабдить торговую точку мелочью на размен, а также разнообразным наполнителем.

Итак, если продажи в городе падают и есть желание revivать свой бизнес, — пробуйте устанавливать автоматы на базах отдыха.

б) Отношения с владельцами торговой точки

Немаловажный и, можно даже сказать, независимо от всех названных факторов, ключевой вопрос — отношения с владельцами и работниками торговой точки. Если для владельцев торговой точки это – дополнительная прибыль и сервис, то для работников торговой точки – дополнительная ответственность и хлопоты. Именно на работников торговой точки (продавцов или иной персонал) будет возложена обязанность осуществлять размен монет для торгового автомата. И если у вендинг-оператора или его сотрудников сложатся негативные личностные отношения с представителями торговой точки, то размена монет попросту не будет. А это значит, что некоторые потенциальные покупатели, у которых не оказалось монеты нужного достоинства, уйдут без жевательной резинки.

Личный опыт

В одной из торговых точек (в обычном продуктовом магазине) была очень «вредная» продавщица. Выражалась «вредность» в том, что при появлении вендинг-оператора продавщица все время беспочвенно ругала автоматы: то ее не устраивало, как он стоит, то ей не нравилось, что постоянно нужно менять монеты, и т. д.

В один прекрасный день эту продавщицу заменили, и о чудо! — продажи через торговый автомат в данной точке выросли в 1,5-2 раза. Видимо, та продавщица отпугивала и клиентов. Вот такие последствия личностного фактора.

В интересах вендинг-оператора — построить нормальные отношения с владельцами торговой точки, ее работниками, обеспечивать каждую точку (в случае необходимости) монетами на размен, проинструктировать о работе автомата.

Не обойтись и без личного небольшого поощрения работников торговой точки, но ни в коем случае не в денежной форме, а, скорее, как очень небольшой подарок — раз в месяц. Это тот небольшой стимул, который будет поддерживать интерес сотрудников торговой точки к нормальной работе автоматов.

Повышение продаж: МЕХАНИЗМЫ

Одно из основных требований маркетинга, в том числе и вендинг-маркетинга: применять все способы продвижения товара до покупателя, так воздействовать на потенциальных покупателей, чтобы они его купили.

Вспомните, что основная наша аудитория — дети, поэтому и маркетинговые механизмы должны быть рассчитаны на детей, детскую психологию и детские ценности.

Наш опыт позволяет назвать следующие основные способы — несложные механизмы — повышения (поддержания) продаж.

Рекламные дисплеи — в автоматах США они используются уже с 50-60 гг, их цель — увеличение продаж через торговые автоматы, поддержание интереса у покупателей.

Что представляет собой рекламный дисплей? Это небольшой рекламный плакат (лист) из картона, который вставляется внутрь автомата (за прозрачную стенку) так, чтобы его было видно потенциальным клиентам. Это красочный, яркий дисплей, на который крепятся игрушки, продаваемые через автомат, либо содержится информация о продаваемом товаре (например, о жевательной резинке).

Применительно к торговым автоматам, торгующим игрушками в капсулах, интрига заключается в том, что на одном красочном листе бумаги закрепляются все игрушки, которые может получить ребенок, делая покупку через торговый автомат. Наверняка среди них найдется и та, которую захочет именно он, хотя ребенок не может быть уверен в том, что он ее получит. Это детский азарт: желание обладать конкретной игрушкой и лотерея — что он получит?!

Задача вендинг-оператора сделать такой рекламный дисплей, который вызовет интерес у любого ребенка, понудит его совершить еще и еще одну покупку. А со временем, со сменой наполнителя, сменится и рекламный дисплей. Конечно же, вендинг-оператор должен быть в курсе «детской

моды», чтобы подобрать желанные игрушки, вовремя менять ассортимент. Есть определенные игрушки, которые всегда будут интересны детям, например, детские часы, брелоки, которые зачастую вендинг-операторы выставляют как призовую игрушку.

Эффективно использовать на рекламных дисплеях лозунги, например, «Каждому десятому часы» или «Победителю суперприз».

Вендинг-оператор в целях повышения продаж может проводить и розыгрыши призов. На рекламном дисплее должна быть отражена соответствующая информация, а в капсулу вложена метка, сообщающая счастливицу о том, что он выиграл суперприз.

Применительно к торговым автоматам, торгующим жевательной резинкой, рекламный дисплей выполняет, во-первых, также функцию рекламы товара. У каждой жевательной резинки есть привлекательное название. Именно название и рекламный дисплей (кроме, конечно же, внешнего вида жвачки) будут являться для ребенка критерием: «а попробовал ли я такую жвачку?».

Во-вторых, как отмечалось, рекламный дисплей может содержать информацию о проведении розыгрыша.

Как мы уже писали, еще в 1950-60 гг. в США владельцы торговых автоматов стали добавлять в автоматы игрушки в капсулах — как стимул для детей, покупающих жевательные резинки.

В настоящее время нет необходимости добавлять в торговые автоматы по продаже жвачки капсулы с игрушками. Вендинг-оператор может приобрести жвачку с меткой «приз» и использовать ее для проведения конкурсов.

Что дает вендинг-оператору проведение конкурсов? Поддержание покупательского интереса, рекламу своего продукта. Более того, как показывает опыт вендинг-операторов, проведение конкурсов и розыгрышей призов увеличивает продажи вдвое.

В США владельцы небольших магазинов уже давно применяют такой маркетинговый ход: заворачивают несколько жевательных резинок в фольгу и кладут в торговый автомат так, чтобы было видно покупателю. Тот, кому достается жвачка в фольге, получает 10% скидку на покупки в магазине.

Идеи вендинга с bulk vending machine

Механический торговый автомат может найти себе применение в баре, ночном клубе. Через него могут продаваться, например, освежающие конфеты, «жвачка для поцелуев» или, например, как это популярно в барах США, орехи к пиву.

Поделимся теми идеями работы с механическими торговыми автоматами, с которыми мы сталкивались и реализовывали на практике.

Идея первая — наполнители

Тот факт, что вы становитесь владельцем сети торговых автоматов, не означает, что вы привязаны к одному наполнителю. После установки автоматов у вас уже есть собственная сеть сбыта продукта. Любого продукта, который можно продавать через торговые автоматы и который будет востребован у покупателей. Напомним, что в США популярностью пользуются орешки и многие другие «сыпучие» порционные продукты.

Вы можете самостоятельно работать в поисках идеального наполнителя. Например, начать торговлю орехами, в том числе глазированными, изюмом, конфетами.

Зачастую наполнителем для торговых автоматов выступает продукция компаний M&M's и Skittles. Продукты этих гигантов широко разрекламированы и пользуются стабильным спросом у населения. Есть и другие продукты, менее известные, но аналогичные по форме и вкусовым качествам, которые можно найти и в России, и странах СНГ.

Учитывая правила вендинг-торговли, вы можете найти новые продукты, найти партнеров, которые будут заинтересованы в продвижении своего продукта. В конечном счете это возможность приобретать продукты по низкой цене.

Идея вторая — реклама на торговых автоматах

С ростом сети торговых автоматов растут и возможности вендинг-оператора. Представьте себе сеть торговых автоматов в 100-200 и более единиц! Это целая паутина детских микромаркетов, покрывающая весь город. Причем ваши



автоматы могут быть установлены в конкурирующих торговых сетях.

Ежедневно покупатели через торговые автоматы — это многие тысячи людей. Обращают же внимание на торговые автоматы в десять, а то и сто раз больше людей. Только представьте «час пик» в минимаркете «спального района». Пока пройдет очередь в хлебный отдел, все посетители торговой точки не раз обратят внимание на торговый автомат, тем более, если дети будут совершать через него покупки.

В этой связи и рождается идея использовать поверхность торговых автоматов в целях продвижения какого-либо продукта, то есть осуществления с помощью торгового автомата рекламы.

Поверхность автомата может быть частично или полностью оклеена рекламными плакатами. И прода-

жа этого рекламного места может стать частью вашего бизнеса

Покупателем такой рекламы может стать, например, компания, занимающаяся производством конфет, орехов. На взаимовыгодных условиях можно и продавать продукцию таких производителей.

«Взрослые» автоматы

Торговые автоматы bulk vending machine идеально впишутся не только в детские кафе и обычные минимаркеты, но и во «взрослые места», например, ночные клубы, бары. Конечно же, со сменой своего местоположения автоматы должны менять и наполнитель. Взрослому автомату — взрослый наполнитель, например, женские трусики, галстуки, презервативы, сексуальные стимуляторы и прочие «озорные игрушки».

Через автоматы в ночных клубах также могут проводиться конкурсы и розыгрыши призов.

Для посетителей клуба могут продаваться (разыгрываться) мелочи, начиная от зажигалки и заканчивая серьезными призами: например, в казино разыгрывать автомобиль (соответствующей призу должна быть и цена жетона для такого автомата). Фактически торговый автомат может выполнять функции лотереи.

Личный опыт

Автомат по продаже игрушек ставится рядом со стойкой бара ночного клуба. Здесь он и под присмотром, и бармен осуществляет продажу жетонов.

Идеальный вариант — договориться с ночным клубом таким образом, чтобы осуществлялась «реклама» для посетителей. Отличная стимуляция — розыгрыш дорогостоящих призов, например, сотового телефона. Сотовый телефон выставляется в автомате или же в баре. Цена приза включается в цену капсул с наполнителем, высчитывается средняя цена капсулы. Можно договориться с ночным клубом, что цена жетона включается в цену билета клуба или какого-либо напитка в баре.

Метка «приз» вкладывается в одну из капсул с наполнителем. Покупатель в любом случае получает шуточный приз, либо становится получателем большого приза. Тем более, шансы получить приз весьма высоки — 1 к 200. Необходимо вложить капсулу таким образом, чтобы она выпала одной из последних. Если привлечь спонсора, то можно получить скидку с цены приза.

Такая форма работы по действующему законодательству не является игорным бизнесом.

Организация детского отдела в гипермаркете

Как мы уже писали, за рубежом есть детские магазины, полностью оборудованные торговыми автоматами. Для России и стран СНГ это пока экзотика, но и в нашей стране такие магазины должны появиться в ближайшее время.

Идеальный вариант — рекомендовать владельцам супермаркетов создавать автоматические детские отделы.

В настоящее время фактически в любом городе есть супер- и гипермаркеты. В них есть абсолютно все для детей и

взрослых. Однако, о странность! до сих пор нет отделов автоматной торговли.

Зачем нам автоматная торговля, возразят владельца маркетов?! И правильно, зачем? Порассуждаем на эту тему.

В наше время, когда гипермаркеты рождаются, как грибы после дождя, очень важно бороться за мнение любого члена семьи. Ведь именно его мнение может повлиять на выбор того или иного магазина.

Что представляют собой современные маркеты? Удобство и сервис для всех членов семьи. От самого большого до самого маленького. Для самых маленьких есть даже специальные тележки, есть детские комнаты — это мы удачно переняли у Запада. Но нет детских автоматических отделов!

Скажите, какая радость ходить ребенку с мамой и папой по магазину? Совсем другое дело, когда есть специальный (!) детский отдел торговых автоматов, где покупки могут делать только (!) дети. Этот отдел — привилегия детей, там нечего делать взрослым. Достаточно дать малышу немного мелочи. А уж что в таком отделе продавать — и так ясно. Это не хлеб с молоком и не маринованный шашлык. А жевательная резинка, конфеты и игрушки — все то, что мы больше всего ценим в юном возрасте.

Итак, представляем себе идеальную картину: для взрослых — обычные прилавки и витрины, для детей — торговые механические автоматы. Достаточно 10-20 автоматов, чтобы привлечь внимание малыша на долгое время. Причем торговые автоматы займут не так много места.

И в следующий раз, когда семья будет выбирать маркет для очередной закупки продуктов, поверьте, мнение малыша будет учтено.

Торговые автоматы окупятся не только за быстрые сроки, но и добавят привлекательные, современные черты вашему магазину.

Переговоры и установка торговых автоматов

Для большинства торговых точек вендинг-машины пока еще новинка, и это ваш основной козырь. Если в городе нет конкурентов, можно предлагать те условия, которые, прежде всего, выгодны вам. Если есть конкурирующие предприниматели — можно узнать их предложения и предлагать более лояльные условия, чем и заинтересовать потенциальных клиентов.

Итак, вы наметили те торговые точки, с которыми хотите работать и установить торговые автоматы. Следующая стадия — непосредственно предложение.

Можно объехать торговые точки или же направить коммерческое предложение. Какой вариант предпочтительнее? Конечно, личный контакт. Коммерческое предложение может идти очень долго, вообще не дойти до тех лиц, которые принимают решение. Как показывает практика, только одно из десяти коммерческих предложений найдет отклик, а остальные клиенты могут прийти к состоянию: «знаем, но нам этого не надо». Личный контакт позволит вам сформировать интерес у торговой точки, переубедить, доказать и показать преимущества автоматной торговли.

Итак, личный контакт. Кому из работников торговой точки делать предложение по установке вендинг-машин? Нужно проводить переговоры только с владельцем торговой точки (директором или администратором), но не продавцами или обслуживающим персоналом, для которых новое оборудование — новые хлопоты, тогда как для владельца торговой точки это дополнительная прибыль и сервис для покупателей.

Заранее назначаем встречу, готовим необходимый пакет документов: договоры, сертификаты и т. д. Образец торговых автоматов на переговоры можно возить прямо с собой, тем самым подтвердить, что оборудование компактно, вандалоустойчиво и привлекательно.

На переговорах ваши основные аргументы — личный опыт; российский и зарубежный опыт эксплуатации торговых

автоматов; статистика продаж; стабильная прибыль; отсутствие вложений со стороны торговой точки; сервис для покупателей и дополнительное привлечение клиентов.

Для того чтобы провести переговоры с торговой точкой максимально успешно, вы должны знать те нюансы, те вопросы, которые возникают у торговой точки в первую очередь.

Как правило, ввиду отсутствия у торговых точек (их владельцев и работников) какого-либо опыта эксплуатации торговых автоматов, вендинг-оператор поначалу получает отказ. Однако не стоит разворачиваться и уходить. Так вы не заключите договора. Причины отказа установки торгового автомата, как правило, связаны с безопасностью торгового автомата и новой ответственностью. Поэтому первым делом в переговорах вендинг-оператор должен объяснить условия безопасности автомата (закрепление на месте и невозможность вскрытия оборудования).

В случае какого-либо сомнения в выгодности и безопасности эксплуатации торгового автомата необходимо предложить установить его, скажем, на 1-2 недели. Торговую точку это не обременит, а для вендинг-оператора — хорошая возможность продемонстрировать оборудование. И что самое важное, как показывает наш опыт, 90% таких пробных установок дают свои плоды — торговые точки соглашаются на дальнейшую установку и эксплуатацию торговых автоматов.

Следующая задача вендинг-оператора — экономически заинтересовать владельцев торговой точки.

Какую посулить прибыль? При решении данного вопроса необходимо учитывать, что в среднестатистическом российском продуктовом магазине наценка на товары обычно составляет не более 20-30%. От этих данных и нужно отталкиваться, предлагая выгодные обеим сторонам условия. Нет смысла открывать перед торговой точкой карты и сообщать закупочную цену наполнителя. Зачем излишнее искушение? Достаточно дать торговой точке ту прибыль, которая привычна, скажем, 20% с оборота (продаж).

Вендинг-оператор должен представить автомат как дополнительный сервис и украшение для данной торговой точки: «как бы он хорошо смотрелся там-то и там-то»; ни в коем случае — не как «обузу» и дополнительные хлопоты. Можно

сослаться на конкурирующую сеть торговых точек, в которых ваши автоматы уже установлены.

Если в торговой точке еще никогда не стоял автомат, вы можете вывести переговоры к такой форме работы, которая будет выгодна вам. Почувствуйте себя Колумбом, который прибыл к «туземцам»: навязывайте выгодные вам условия работы. Необходимо выставить выгодные для вас отношения как обычную практику, сослаться на другие точки.

Можно сделать такое выгодное предложение для торговой точки: оформить ваше обязательство не устанавливать торговые автоматы в соседних торговых точках. Какое преимущество для торговой точки? Самое непосредственное — дети, проживающие в районе расположения маркета, будут «тянуть» родителей именно в этот торговый павильон, а кто откажет ребенку?! Следовательно, и покупки будут сделаны в данном маркете.

В рамках переговоров вы сразу должны акцентировать внимание, кто и что делает. Чтобы потом не возникло проблем типа «мы вам место выделили, что хотите, то и делайте, это не наше дело». По окончании переговоров следует либо сразу подписать договор, либо оставить типовую форму договора для ознакомления.

Вариант второй — в намеченных вами торговых точках уже стоят механические автоматы конкурирующих компаний. Какие предложения могут заинтересовать администрацию торговой точки: более привлекательные условия, правда, чтобы они стали привлекательнее, нужно знать, как работают конкуренты.

При наличии конкурентов идеальный вариант выхода из сложившейся ситуации — сделать торговой точке предложение поставить другой автомат (отличающийся от автоматов конкурента) и продавать иной продукт, например, там, где продается жвачка, установить автомат по продаже игрушек.

Ваша визитная карточка – собственная сеть торговых автоматов. Со временем чем больше будет сеть, тем будет проще вести переговоры: положительный имидж, опыт, готовые формы и варианты работы.

Формы работы с торговыми точками

Выделим следующие основные формы работы с торговыми точками:

1) АРЕНДА ПЛОЩАДИ

а) за фиксированную сумму

Аренда — имущественный найм — форма работы, по которой арендодатель (владелец площади торговой точки) предоставляет на определенный срок в пользование арендатору (вендинг-оператору) единицу площади.

Просто аренда или договор аренды не предполагают оказание иных услуг, разве что гарантию сохранности оборудования на рабочем месте. При этом аренда площади, на наш взгляд, самая затратная для вендинг-оператора форма работы в сравнении с поставкой наполнителей или комиссией. Более того, при данной форме работы вендинг-оператор не застрахован от финансовых потерь. Так, в случае падения продаж (например, сезонного снижения) аренда составит все ту же фиксированную сумму, тогда как выручка и прибыль упадут. Опять-таки, стоимость аренды постоянно повышается (что свойственно, прежде всего, крупным мегаполисам), а это значит, что растут расходы у вендинг-оператора.

Поэтому аренда площади — это форма работы для высокоприбыльных (или «имиджевых») торговых точек, в которых администрация не идет на иные формы работы.

Под торговый автомат необходимо примерно 0,3—1 м². Идеальный вариант — именно 0,3 м². Зачем автомату метр? Однако в некоторых торговых точках не идут на то, чтобы сдать в аренду 0,3 м²; в таком случае рациональнее устанавливать два торговых автомата — вместе на двойной подставке они займут не более 1 метра.

Аренда площади под торговый автомат обойдется в \$10-100, в зависимости от места.

Аренда площади - это форма работы для высокоприбыльных торговых точек.

Вендинг-оператор должен не просто арендовать «какой-то метр в торговом зале». Задача вендинг-оператора самостоятельно выбрать «лучший метр» для аренды, обговорить возможность перестановки автомата в случае возникновения такой необходимости (в рамках торгового павильона). При этом важно предупредить администрацию торговой точки, чтобы автомат не переставляли, не заслоняли торговыми лотками и т. д.

В договоре аренды с торговой точкой необходимо предусмотреть срок действия соглашения. В противном случае договор аренды считается заключенным на неопределенный срок. Это означает, что каждая из сторон вправе в любое время отказаться от договора, предупредив об этом другую сторону за три месяца, если иное не предусмотрено соглашением сторон. Три месяца — большой срок, поэтому в соглашении в интересах вендинг-оператора — предусмотреть возможность расторгнуть договор в этот же месяц.

Положительный момент для данной формы работы, пожалуй, только один — в случае высокой оборотоспособности торговой точки извлекать высокую прибыль.

В то же время минусов весьма много. Как мы уже подчеркнули, во-первых, это финансовая зависимость от арендной платы. Оплата за арендованную единицу площади вносится, как правило, вперед и сразу за несколько месяцев. Во-вторых, это необходимость полного самостоятельного обслуживания торговых автоматов. Это значит, что вендинг-оператор должен засыпать автоматы наполнителем, инкассировать их. Также вендинг-оператор должен побеспокоиться о размене монет и либо включить это в условия аренды, что затруднительно, либо самостоятельно договориться с продавцами конкретной торговой точки.

Незаинтересованность администрации торговой точки может проявляться во всем. Представим себе поломку автомата или, скажем, засорение монетоприемника. Могут пройти многие дни, прежде чем администрация торговой точки известит вендинг-оператора о простое автоматов. Поэтому в интересах вендинг-оператора предусмотреть все вышесказанное в соглашении с торговой точкой. Еще один минус аренды площади — возможное появление конкурентов. Администрация торговой точки может сдать в аренду площадь конку-

рентам или самостоятельно закупить торговые автоматы, что, безусловно, скажется на уровне продаж.

б) за проценты с выручки (комиссия)

Арендная плата за пользование торговым местом может быть выражена и взиматься в виде комиссии — доли от выручки торгового автомата.

Комиссия владельца площади составляет 15-20% с выручки.

Это наиболее распространенная форма работы вендинг-операторов с торговыми точками как в России, так и зарубежных странах.

Содержание данной формы работы состоит в том, что вендинг-оператор выплачивает владельцу торговой точки за пользование площадью не арендную плату, а определенный (фиксированный) процент с выручки. Вне зависимости от размеров выручки, будь-то высокая или, наоборот, крайне низкая сумма, строго фиксированный (обозначенный в договоре) процент выплачивается владельцу торговой точки.

Интересен в этой области опыт США. Те операторы, которые продают наименьшее количество наполнителя, обычно выплачивают владельцу торговой точки от 30% до 35% комиссии от выручки. Удачливые операторы, сумевшие поддерживать продажи на высоком уровне, платят 20-25%.

На российском рынке обычная комиссия, выплачиваемая владельцу торговой площади, — 15-20%.

Выплата комиссии происходит систематично по мере извлечения выручки из торгового автомата, ее подсчета. Вендинг-оператор и владелец торговой точки (представитель в лице, например, продавца) совместно проводят инкассацию торгового автомата. По результатам инкассации составляется акт инкассации, копия для торговой точки.

Технически это возможно следующим образом.

Первый вариант (наиболее часто используется на практике): вендинг-оператор оставляет определенный процент выручки торгового автомата владельцу площади: это прибыль торговой точки, и в то же время эти монеты могут быть использованы для размена до следующей инкассации.

Второй вариант: в течение ого-

Пример:
извлечено всего 530 монет достоинством 2 рубля, то есть выручка составляет 1060 рублей. Комиссия торговой точки 20%, то есть 212 рублей.

воренного срока после инкассации (например, на следующий день) вендинг-оператор должен перевести на расчетный счет торговой точки ее процент.

Третий вариант: вендинг-оператор сдает всю выручку в торговую точку, и уже владелец торговой точки переводит денежные средства на расчетный счет вендинг-оператора (за исключением процентов комиссии).

Комиссия может выплачиваться либо с каждой инкассацией, либо ежемесячно — как удобно сторонам соглашения. На практике чаще всего выплаты комиссии происходят непосредственно после каждой инкассации торгового автомата.

Частота проведения инкассаций в каждой конкретной торговой точке зависит от количества продаж; их можно проводить хоть каждый день, но не реже одного раза в две недели. Вендинг-оператор или его работники самостоятельно обслуживают торговые автоматы в любое удобное для них время в рамках работы торговой точки. Работники торговой точки не имеют право обслуживать торговый автомат.

Стороны могут предусмотреть и такой варианты работы, когда совмещены арендная плата и комиссия.

Плюсы данной формы работы:

Вендинг-оператор выплачивает определенный фиксированный процент с выручки, а это значит, что в случае падения продаж он не понесет убытков, как, например, при аренде площади, когда вносится ежемесячная плата. Допустим, в первый три месяца эксплуатации торгового автомата идет стабильно по 3000 продаж за месяц, а затем продажи опускаются до уровня 600 в месяц. Могут ли владельцы торговой точки потребовать уплаты большей суммы? Однозначно, нет.

Опираясь на американский опыт, можно предложить следующее: в соглашении с торговой точкой «обыграть» размер комиссии. В случае если количество продаж в месяц (или неделе) составляет больше, чем, например, 500, то комиссия составит 10%, менее 500 — 15%, если же ниже 300, то 20%. Соотношение в количестве продаж — размере комиссии можно установить любое.

Минусы данной формы работы:

В сравнении с поставкой необходимо больше времени тратить на обслуживание торговых автоматов.

Нет полного учета в том случае, если торговую точку об-

служиваете не вы, а ваш работник.

Размен монет должен организовать вендинг-оператор. Это также связано с потерей времени.

Представляется, что данная форма работы предпочтительна с теми торговыми точками, где высокая арендная плата и где нет согласия на поставку наполнителя.

2) ПОСТАВКА НАПОЛНИТЕЛЕЙ

Одной из форм работы с торговыми автоматами, позволяющих минимизировать налогообложение и сборы, а также затраты на обслуживание торгового оборудования, является поставка наполнителей.

Поставка наполнителей — систематическая передача вендинг-оператором в обусловленный срок наполнителей конкретной торговой точке для их реализации через торговые автоматы.

Суть данных отношений такова: оператор торговых автоматов выступает поставщиком наполнителя (например, для супермаркета). В целях реализации наполнителей оператор предоставляет владельцу площади (в нашем примере — супермаркету) торговый автомат или несколько торговых автоматов.

Механические автоматы размещаются на торговой площади владельца (супермаркета) совершенно бесплатно. То есть ни оператор торговых автоматов не платит арендной платы, ни владелец площади не платит оператору за установку автоматов. Получается безвозмездное целевое пользование оборудованием, главным условием которого является то, что супермаркет обязан покупать у оператора торговых автоматов и только у него, наполнитель. Наполнитель поставляется по специальной цене: цена продажи через автомат минус проценты продавца. При этом отметим, что автоматы находятся исключительно в собственности оператора, то есть торговая точка не может продать торговый автомат, а равно распоряжаться им любым другим способом.

Можно предусмотреть в договоре с торговой точкой такое условие, что за предоставляемые торговые автоматы вла-

Как показывает опыт российских вендинг-операторов, поставка наполнителей — это менее хлопотная форма работы с высокой стабильной прибылью.

делец торговой площади должен внести залоговую сумму в размере 10—100% от стоимости торговых автоматов. Чем выше залоговая сумма, тем больше оборотные средства вендинг-оператора, чем меньше залоговая сумма, тем более привлекательные условия для владельца торговой площади.

Приобретая наполнитель, владелец торговой площади осуществляет наценку на него (например, 25%) и тем самым ведет розничную торговлю посредством торговых автоматов. При этом обслуживание торговых автоматов лежит на работниках торговой точки.

А дальше работа идет по схеме: оператор сети торговых автоматов поставляет наполнитель владельцу площади, причем получает деньги вперед. Это очень важное обстоятельство. Если при самостоятельном обслуживании автоматов владелец торговых автоматов получит прибыль только после продаж и инкассации, то в рассматриваемых отношениях выручка и прибыль идут впереди.

Такая форма отношений удобна с сетью магазинов. Владелец торговых автоматов не тратит время на их обслуживание и, скажем, ежемесячно (или по требованию владельца торговой площади) поставляет наполнитель. При поставке наполнителя минимум временных затрат (не более десяти минут) уходит на передачу наполнителя и подписание всех необходимых документов, еще десять минут на профилактическую проверку оборудования (замену деталей и т. д.).

К сказанному можно добавить, что при этом уменьшается объект налогообложения, уменьшаются затраты на обслуживание торгового оборудования, плюс появляются дополнительные оборотные средства (которые могут составить до 100% от стоимости торгового автомата), тем самым можно постоянно увеличивать обороты своего бизнеса.

Есть преимущества и для владельца торговой площади — возвратность вложенных залоговых средств, минимизация торговых рисков, стабильная высокая прибыль.

По договору оператор торговых автоматов доставляет наполнитель до торговой точки. В зависимости от «оборотности точки» (скорости продаж) стороны могут выработать периоды поставки или, иначе, график поставки — сроки, когда вендинг-оператор отгружает (передает) наполнитель и его количество.

Выбор наполнителя предоставляется супермаркету. Последний вправе потребовать замены монетоприемника (в том случае, если меняется наполнитель), а также потребовать увеличения или уменьшения количества торговых автоматов, при этом, соответственно, пропорционально уменьшается или увеличивается залоговая сумма.

Одна из проблем в таких отношениях — необходимость поддержки уровня продаж. Но она легко решается. Во-первых, необходимо снабдить инструкциями продавцов. После установки автоматов оператор торговых автоматов должен в договорном порядке ограничить владельца площади строгими инструкциями по пользованию автоматами. Во-вторых, идеальное условие — обговорить в договоре место установки автомата. Для того чтобы продавец не тянул с покупкой наполнителя, возможно включение в договор пункта о том, что автоматы не должны быть опустошены более чем на половину колбы.

Одним из отрицательных моментов в «поставке» является тот факт, что учет продаж через торговый автомат вендинг-оператор осуществляет только по количеству доставленного в торговую точку наполнителя. Скажем, в месяц вендинг-оператор поставяет 2000 наполнителей — это число и составляет примерное месячное количество продаж. Между тем работники торговой точки имеют полный доступ к торговому автомату, а значит, могут подсыпать свой наполнитель (приобретенный не у вендинг-оператора, например, у конкурирующей компании). И такие случаи имеют место на практике — подсыпка «левака» с целью получить прибыль. Безусловно, что это наносит экономический ущерб вендинг-оператору, что составляет его упущенную выгоду. В этой связи необходимо предусмотреть жесткие санкции по отношению к торговой точке за подсыпку наполнителя, приобретенного не у вендинг-оператора. Еще один наш совет — поставяать в торговую точку каждый раз разный наполнитель и вести контроль за тем, какой наполнитель продает торговый автомат в настоящий момент.

	Аренда	Комиссия	Поставка
1. Плата владельцу торговой точки	Фиксированный платеж. Вносится сразу	Определенный процент с выручки. Вносится по факту инкассации	Отсутствует
2. Форма расчетов	Безналичный платеж	Наличные или безналичный платеж	Безналичный платеж
3. Обслуживание торгового оборудования (засыпка наполнителя, инкассация)	Полностью лежит на вендинг-операторе	Проводится совместно с представителем торговой точки	Проводится работниками торговой точки
4. Заинтересованность торговой точки в продажах наполнителя через торговые автоматы	Отсутствует или опосредованна – носит условный характер	Прямая заинтересованность – чем выше продажи, тем больше прибыль	Прямая заинтересованность – чем выше продажи, тем больше прибыль
5. Учет продаж наполнителя	Непосредственный учет: сколько засыпано - сколько продано. Исключена подсыпка «левого» наполнителя	Непосредственный учет: сколько засыпано - сколько продано. Исключена подсыпка «левого» наполнителя	По количеству поставленного наполнителя. Не исключена подсыпка «левого» наполнителя

3) ИНЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ

Со временем возможна смена формы работы в отдельно взятой торговой точке, скажем, переход с комиссии на поставку.

Помимо названных нами форм работы, вендинг-оператор может успешно сдавать вендинг-машины в аренду торговым точкам за фиксированную плату, и уже торговые точки могут торговать любым наполнителем. Возможна продажа торгового автомата в конкретную торговую точку и поставка наполнителя. Практикуется установка автомата с возможностью его последующего выкупа торговой точкой.

Интересно заметить, что в США и других странах есть еще такая форма работы с торговыми точками, как благотворительность⁶. Чтобы установить автомат на условиях благотворительности, вендинг-оператор должен стать членом специального благотворительного фонда. Последний подтверждает вступление конкретного вендинг-оператора в организацию и убеждает владельцев торговой точки выделить небольшое пространство для установки вендора. В этом случае на автомат делается специальная наклейка, подтверждающая, что вендор работает в целях благотворительности. В свою очередь вендинг-оператор должен платить месячные взносы в фонд благотворительной организации за использование наклейки.

В нашей стране пока такая форма не практикуется. Есть ли у нее будущее? Не будем загадывать.

⁶ благотворительность — оказание материальной помощи нуждающимся как отдельными лицами, так и организациями.

Заключение договора

Первые правоотношения, в которые предстоит вступить вендинг-оператору, — правоотношения с торговыми точками (владельцами торговых точек). В зависимости от формы работы это будут аренда, комиссия или поставка.

Главное, на что следует обратить внимание, — это, во-первых, обязательное заключение договора, во-вторых, максимальное указание в соглашении на права и обязанности сторон. Договор, заключаемый с торговой точкой, — кодекс прав и обязанностей вендинг-оператора и его контрагента (администрации торговой точки).

Чем больше проблем будет решено на бумаге, тем меньше их будет в работе. Учитывайте, что все, что не предусмотрено договором, будет решаться по общим правилам, предусмотренным действующим законодательством, а общие правила могут быть и не в вашу пользу. В случае возникновения каких-либо проблем, утраты имущества именно договор будет служить основой для выяснения «кто прав, кто виноват», и самое главное — кто должен возместить имущественный ущерб и, возможно, даже упущенную выгоду. Поэтому и подойти к составлению договора необходимо с должным вниманием. Необходимо разрешить на бумаге любые мелочи и возможные ситуации, все, что касается работы автомата и материальных ценностей, связанных с ним.

Помимо договора должны быть оформлены и подписаны все сопутствующие документы: акты передачи-приемки, описи, акты и т. д. Любое движение материальных средств должно сопровождаться соответствующим документом. Поэтому и запастись такими документами надо заранее, а не по мере возникновения необходимости. Пока вы медлите, с автоматом и наполнителем может что-то произойти, а кто захочет выплачивать его стоимость, если нет бумаг?

Следующие отношения требуют еще большего внимания со стороны вендинг-оператора.

На что необходимо обратить внимание вендинг-оператору?

Начнем с того, что представить содержание, облеченное в форму договора, — это работа вендинг-оператора, и уже

администрация торговой точки решает, подписать соглашение или внести в него какие-либо изменения.

На практике отношения между вендинг-оператором и торговой точкой зачастую носят смешанный характер, и соглашение, заключенное между сторонами, может носить название, не передающее его содержания: например, договор возмездного оказания услуг. Но какое бы название ему ни придали, идеальным для вендинг-оператора будет соглашение, когда следующие обязанности возложены на торговую точку и ее работников:

- 1) предоставить место под торговое оборудование;
- 2) обслуживать торговые автоматы (заполнять и/или инкассировать);
- 3) обеспечивать сохранность и нести ответственность за ущерб, нанесенный торговым автоматам;
- 4) информировать вендинг-оператора о возникших неисправностях в работе торговых автоматов;
- 5) способствовать повышению продаж через вендинг-машину.

Задача вендинг-оператора по максимуму включить и подробнейшим образом расписать вышеназванные пункты при любой форме соглашения с торговой точкой.

На практике большинство торговых точек лишь поверхностно знакомятся с содержанием представленной типовой формы договора (по сути, воспринимают это как формальность). У небольшой торговой точки редко есть юрист, его функции выполняет бухгалтер, и это нам «на руку». В этой связи, на наш взгляд, необходимо представлять к заключению форму договора, максимально защищающую права вендинг-оператора. В договоре должны найти место и санкции за невыполнение сторонами обязанностей по договору (или ненадлежащее выполнение), а также в случае утраты, порчи торгового оборудования.

О каких санкциях и в каком объеме идет речь?

Прежде всего подчеркнем, указывая санкции торговой точки, что вендинг-оператор должен для баланса указать и свою степень ответственности в тех или иных отношениях, иначе может показаться, что ответственной стороной выступает только торговая точка.

В зависимости от формы работы с торговой точкой предусматриваются различные виды ответственности сторон.

При аренде — ответственность вендинг-оператора за своевременное внесение платы за арендуемую площадь, при поставке — ответственность за своевременную поставку наполнителя и т. п.

Следующие санкции призваны максимально защитить права вендинг-оператора: возмещение ущерба, нанесенного торговому оборудованию (вплоть до возмещения полной цены оборудования); неустойка в случае задержки передачи денежных средств; возмещение упущенной выгоды в случае простоя оборудования или помех к работе.

Пример указания неустойки:

«Нарушение порядка расчетов в виде задержки передачи денежных средств вендинг-оператору на срок более чем 2 дня влечет субсидиарное наложение на торговую точку штрафной неустойки в размере 0,2% от общей суммы задолженности за каждый просроченный день уплаты».

Пример указания на упущенную выгоду:

«В случае самовольного изменения места торгового автомата на площади торговой точки, по вине самой торговой точки, ее работниками (путем его перестановки и т. д.), или же по вине третьих лиц, повлекшего за собой спад количества продаж через автомат, на торговую точку возлагается обязанность возместить упущенную выгоду вендинг-оператора путем денежного возмещения среднесуточных продаж вендинг-машины в данной торговой точке за каждый день такой работы». На упущенную выгоду следует сослаться и при указании санкций за поломку (кражу и т. д.) торгового оборудования, вследствие которых автомат не работал.

Пример указания на возмещение стоимости оборудования:

«В случае невыполнения обязанности по сохранности торгового автомата торговая точка обязана возместить фактическую стоимость оборудования, его элементов (и наполнителей) в течение 3 календарных дней с момента выявления факта нанесения повреждения аппарату (или его части). Невыполнение данной нормы влечет субсидиарное наложение на торговую точку штрафной неустойки в размере 0,2% от стоимости конкретного аппарата за каждый просроченный день уплаты».

Помимо санкций необходимо предусмотреть основания для досрочного расторжения соглашения с торговой точкой. Несколько примеров причин, которые могут быть основанием для расторжения договора:

- самостоятельная установка автоматов торговой точкой или конкурирующими компаниями;
- перестановка вендинг-машин, а равно любое другое препятствие к работе торговых автоматов, включая не извещение в случае поломки оборудования или окончания наполнителя; не закупка наполнителей (для поставки);
- подсыпка наполнителя от иных поставщиков (для поставки);
- повреждение торгового оборудования или его похищение;
- простой торговой точки в течение определенного срока;
- несвоевременное перечисление денежных средств и т. д.

Для каждой формы работы — свои основания для расторжения договора. Причем подчеркнем, что расторжение соглашения не освобождает торговую точку от ответственности.

Юридические аспекты работы с автоматами

С момента установки автоматов и начала продаж вендинг-оператор вступает в новые правовые отношения — это купля-продажа. Суть — вендинг-оператор (предприниматель или компания) посредством торгового автомата осуществляют продажу продукта потребителю, то есть идет мелкорозничная торговля.

Кроме общих положений гражданского законодательства о купле-продаже на такие отношения распространяется законодательство о защите прав потребителей.

Предприниматель должен знать права потребителей (покупателей) и делать все, чтобы уважать их и не нарушать букву закона. Ведь сегодня это клиент, а завтра он может быть и стороной в суде с неприятным разбирательством. Как известно, защита прав потребителей приоритетна с точки зрения гражданского законодательства (у потребителя больше прав, а у продавца — обязанностей), на сторону потребителей может стать антимонопольный орган региона (или города). Спор по поводу нарушения прав потребителя может стать не только ударом по имиджу, но и ударом по бизнесу.

На что нужно обратить внимание? Ищем ответы в гражданском законодательстве (Гражданский кодекс Российской Федерации и Закон «О защите прав потребителей»).

Продажа товаров с использованием автоматов регулируется, прежде всего, статьей 498 Гражданского кодекса РФ, параграфом 2 гл. 30 ГК РФ. Закон гласит: в случаях, когда продажа товаров производится с использованием автоматов, владелец автоматов обязан довести до покупателей информацию о продавце товаров путем помещения на автомате или предоставления покупателям иным способом сведений о наименовании (фирменном наименовании) продавца, месте его нахождения, режиме работы, а также о действиях, которые необходимо совершить покупателю для получения товара.

Учитывая низкий уровень автоматизированной культуры у населения, максимум информации для покупателя — залог

того, что покупатель останется доволен покупкой и получит желанный товар.

Представьте, что вендинг-оператор не разместит указаний, как получить товар. Или не будет информации о составе пищевого наполнителя. А если жвачка или конфета вызовет у ребенка аллергическую реакцию? В лучшем случае — оштрафуют, в худшем — заведомо проигранное судебное разбирательство, денежные штрафы и взыскания. Так вот, всего этого можно и нужно избежать, предварительно предусмотрев. И если закон устанавливает право потребителя на информацию по широкому кругу вопросов, необходимо разместить данную информацию на вендинг-машине.

Подробно распишем блоки информации, которая обязательно должна быть указана на вендинг-машине.

Во-первых, это фирменное наименование организации-продавца (владельца торгового автомата), место ее нахождения (юридический адрес) и режим ее работы (время работы торговой точки, где расположен торговый автомат).

Вторая группа — информация о наполнителе, которая в обязательном порядке должна содержать:

- обозначения стандартов, обязательным требованиям которых должен соответствовать наполнитель;

- сведения об основных потребительских свойствах наполнителя, а в отношении наполнителя продуктов питания — сведения о составе (в том числе перечень использованных в процессе их изготовления иных продуктов питания и пищевых добавок), о весе и объеме, о калорийности продуктов питания, о содержании в них вредных для здоровья веществ в сравнении с обязательными требованиями стандартов, а также возможные противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний;

- цену и условия приобретения товаров (работ, услуг) — выражается в ценнике на наполнитель;

- правила и условия эффективного и безопасного использования наполнителя (например, указание на то, что не рекомендуется детям в возрасте до 3-х лет);

- срок годности наполнителя (может исчисляться с даты засыпки наполнителя; тогда необходимо указать дату такой засыпки);

- информацию о сертификации наполнителя, подлежащего обязательной сертификации.

Третья группа информации — это информация об изготовителе наполнителя.

Четвертый и самый важный блок информации — действия, которые необходимо совершить покупателю для получения товара. То есть описание порядка покупки.

Все группы информативных блоков необходимо разместить на торговом автомате в видном для потребителя месте. Это можно сделать в виде наклейки на корпус автомата, последовательно изложив каждый из пунктов.

Следует обратить внимание на особенности продажи игрушек. На автомате, торгующем игрушками в капсулах, должна содержаться информация о том, что покупатель получит одну из игрушек, а не какой-то конкретный товар. В противном случае покупатель может подумать, что продается что-то конкретное, и отказаться от полученной игрушки. И в принципе покупатель будет прав.

В нашей практике был такой забавный случай. Взрослый человек купил через обычный автомат жевательную резинку, а называлась она «Стойка с газировкой», о чем гласила красочная наклейка на автомате. Но покупатель не обратил внимание на то, что это *жвачка*, прочитав лишь название «Стойка с газировкой». На следующий день после покупки он пришел раздосадованный и заявил, что он опустил дома купленный «шарик» в стакан с водой, прождал всю ночь, а газировки так и не получилось.

А все потому, что он не прочитал на автомате, что это жевательная резинка.

Шутки шутками, но закон допускает невнимательность покупателя, но не допускает невнимательности для предпринимателей. Продавец (владелец торгового автомата) несет ответственность за работу автомата, выдачу наполнителя. Продавец, не предоставивший покупателю возможность получить соответствующую информацию о товаре, несет ответственность и за недостатки товара, возникшие после его передачи покупателю, в отношении которых покупатель докажет, что они возникли в связи с отсутствием у него такой информации.

Еще некоторые юридические нюансы продаж через торговые автоматы.

Договор розничной купли-продажи с использованием автоматов считается заключенным с момента совершения покупателем действий, необходимых для получения товара. В нашем случае — с того момента, как покупатель опустил монету в монетоприемное устройство и провернул его. С этого момента продавец (владелец торгового автомата) должен сделать все, чтобы покупатель получил товар. Если покупателю не предоставляется оплаченный товар, продавец обязан по требованию покупателя незамедлительно предоставить покупателю товар или возратить уплаченную им сумму.

На практике, конечно же, не исключены случаи, когда автомат не выдает наполнитель⁷. Пусть такие случайности крайне редки, но в то же время нужно как-то их исправить, возместить покупателю неудачную покупку. Данный вопрос можно решить следующим образом: либо оставить сотрудникам торговой точки несколько монет, либо некоторое небольшое количество наполнителя, предупредив, чтобы выдали покупателю по факту его обращения в случае «заминки» торгового автомата. Конечно же, если автомат систематически не выдает товар, то есть фактически возникла поломка, с вендинго-оператором должны связаться работники торговой точки, а не выдавать наполнитель «из-под полы».

⁷ Вендинг-операторы США рассказывают такую анекдотическую историю: владелец сети торговых автоматов по продаже презервативов, установив автомат, забыл о нем. Без умысла, просто забыл. Спустя полгода он вспомнил, поехал, чтобы его снять, и готовился выслушать поток жалоб и даже имущественные претензии. Но каково было его удивление, когда по приезду в точку его не отругали за халатность. Более того, автомат до отказа был забит монетами (хотя не продавал наполнителей), и не одного обращения покупателя о том, что не выдан товар. Люди попросту стеснялись.

Несложно представить, как бы поступили с таким автоматом покупатели в России.

Работа после установки торговых автоматов: обслуживание сети

Что включает в себя обслуживание? Во-первых, поставку наполнителей или заполнение торговых автоматов и их инкассацию — в зависимости от формы работы. Во-вторых, установку-перестановку торговых автоматов. В-третьих, поддержание привлекательного внешнего вида и рабочего состояния.

1. Поставка наполнителей и заполнение торговых автоматов

После расстановки торговых автоматов работа вендинг-оператора требует периодического развоза наполнителей (при поставке наполнителей) или развоза наполнителей и инкассации автоматов (при аренде торговой площади или комиссии от выручки).

Если вы работаете на условиях поставки наполнителей, удобно сдавать в торговую точку наполнитель (прежде всего, жевательную резинку) либо коробками (где определенное количество наполнителя), либо специально сортировать наполнитель по пакетам (300 шт., 500 шт.). Это удобно для сдачи-учета, хранения, перевозки — в итоге экономия времени. Вместе с наполнителем в торговую точку сдаются заранее подготовленные документы (копия — для вендинг-оператора): накладные, счета-фактуры. В итоге на сдачу наполнителя (засыпку) и подписание бумаг тратится буквально 5 минут.

Засыпка наполнителя, как правило, осуществляется в рабочее время торговой точки, то есть на виду у посетителей торговой точки. Это скорее плюс, чем минус — так как процесс засыпки привлекает внимание потенциальных клиентов (детей). Можно осуществлять засыпку и в обеденное время, и в начале-конце рабочего дня.

При работе на условиях комиссии и аренды количество засыпаемого наполнителя не имеет такого значения. Вендинг-оператор совместно с работником торговой точки проводят

инкассацию, подписывают бумаги (по экземпляру для сторон). Время, затрачиваемое на обслуживание торгового автомата, составит 10—15 минут.

Обратим внимание на следующие составляющие эффективной работы с вендинг-машинами.

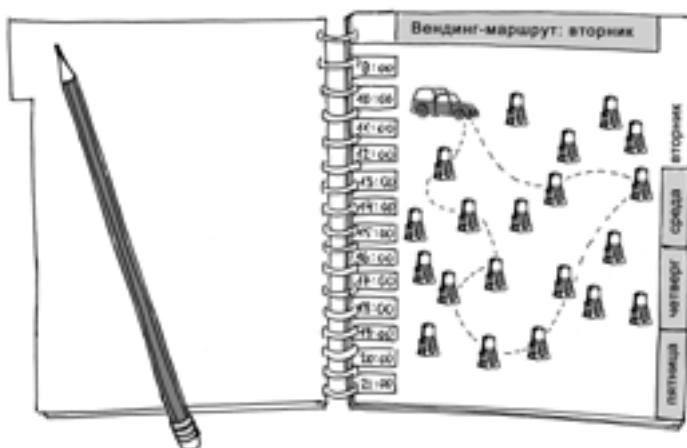
Вендинг-оператор (в первую очередь — начинающий) должен вести учет продаж через автоматы в каждой конкретной торговой точке. Это нужно для того, чтобы выяснить периоды всплеска и понижения продаж, причины изменения динамики продаж (например, после смены вендинг-машины или наполнителя). Это позволит повторить удачные решения, получать максимум прибыли от каждой торговой точки, отказаться от невыгодных мест, поддерживать спрос потребителей на высоте.

Вендинг-оператор должен вести учет продаж торговых автоматов в каждой конкретной торговой точке.

Анализ выгоды конкретного места должен вестись как до установки, так и после установки торгового автомата.

С момента как вендинг-оператор построил сеть торговых автоматов, необходимо выработать *вендинг-маршрут*. Это путь следования по обслуживанию торговых автоматов. Его нужно построить с учетом расположения торговых точек, загруженности города, форм работы с торговыми точками. Чем больше у вендинг-оператора торговых автоматов, чем шире сеть расстановки автоматов, тем более продуманным должен быть вендинг-маршрут. Оператор должен учесть, где надо инкассировать автоматы, куда нужно завести монеты на размен, куда жвачки, и где забрать автомат, чтобы помыть его. В конечном счете, грамотно продуманный вендинг-маршрут экономит время (деньги) бизнесмена.

В зависимости от маршрута необходимо строить и планы по количеству наполнителя, который необходимо доставить в торговые точки. Скажем, если у вас пять автоматов, то нет сложности в том, чтобы сразу возить с собой наполнитель для всех автоматов. Если же у вас сто автоматов, то необходимо сделать анализ, какой именно наполнитель доставить в конкретную торговую точку, дабы не возвращаться по нескольку раз на склад и успеть обслужить все торговые точки. То есть работать согласно вендинг-маршруту.



2. Перестановка торговых автоматов и управление ценой

Результаты анализа продаж в конкретных торговых точках необходимо оперативно использовать в своей работе, планируя смену наполнителя или торгового автомата. Замену торгового автомата на другой вид необходимо зафиксировать в дополнительном соглашении.

Мы уже писали, что вендинг-оператор может управлять ценой продаваемого наполнителя и в любой момент изменить цену (путем замены монетоприемника).

Многие начинающие бизнесмены стремятся быстрее окупить свои торговые автоматы, устанавливая крайне завышенную цену на наполнитель, позволяющую получать 300% прибыли. Между тем, не стоит устанавливать слишком высокую цену на наполнитель. Уровень продаж в таком случае быстро упадет. Посчитайте сами — выгоднее продать 100 наполнителей по 2 рубля и иметь 70 копеек прибыли с каждого, чем продать всего 10 наполнителей по 4 рубля, имея 2,70 рубля прибыли с каждого. И если в первом случае покупатель к вам наверняка вернется, то с завышенной ценой — кто знает?

3. Поддержание привлекательного внешнего вида и рабочего состояния механизмов торгового автомата

От идеального вида вашего торгового автомата напрямую зависит и количество продаж. Привлекательный (чистый)

автомат — значит, приносящий прибыль и исключаящий проблемы с санитарными органами. Все детали торгового автомата с периодичностью несколько месяцев требуют заботы.

Монетоприемник требует не большего ухода, чем другие детали автомата; раз в квартал или полгода его необходимо смазывать.

Дозатор. Фактически дозатор не требует никакого ухода. Достаточно раз в два-три месяца протереть, промыть его от пыли или крошек.

Колба торгового автомата всегда должна быть в чистоте. Замызганная, мутная колба, в которой не только не видно наполнителя, но по которой путешествуют мухи, — не просто не привлечет покупателей, а вообще навсегда их оттолкнет. Колба нуждается в промывке как с внешней, так и с внутренней стороны (отпечатки рук на внешней стороне колбы, крошка и пыль от жвачки внутри).

Частота промывки колбы может зависеть от наполнителя, которым торгует вендинг-оператор (некоторые жвачки от тряски оставляют на стенках мелкую цветную пыль). В некоторых особо проходных местах, где дети буквально «облепляют» автоматы, колба пачкается быстрее. На наш взгляд, необходимо мыть колбу не реже раза в квартал; конечное решение — за вами, смотря как интенсивно эксплуатируется автомат и как часто меняется наполнитель.

Колба — достаточно хрупкая деталь автомата, в принципе не допускающая сильных ударов и бросков. При перевозке автомата (тем более если во время перевозки вы не снимаете его с подставки) необходимо наиболее осторожно обращаться именно с колбой.

Оптимизация работы

Как мы уже писали, для обслуживания торговых автоматов не нужно иметь специальных знаний. Опыт и навыки, конечно же, важны, но вендинг-оператора всегда может заменить его работник, партнер и даже член семьи.

Какое количество работников необходимо для обслуживания торговых автоматов?

На наш взгляд, сеть автоматов до 300 единиц и более может обслуживаться одним человеком. Для сети автоматов 500 штук и более оптимальное количество работников составит 2-3 человека.

Интересен в этой сфере зарубежный опыт. По мнению американских вендинг-операторов, сеть в 500-600 автоматов может обслуживаться всего одним человеком (как бы «страшно» это ни звучало — только представьте, один человек обслуживает несколько сотен торговых точек). Для этого, конечно, должен быть отработан до совершенства процесс обслуживания вендинг-машин, составлен вендинг-маршрут, введен компьютеризированный учет работы и обслуживания вендинг-машин.

При определении количества персонала необходимо учитывать, что многое зависит от размера города, загруженности дорог; от того, насколько просто объехать в день максимальное количество торговых точек.

На наш взгляд, еще одним фактором, влияющим на определение количества обслуживающего персонала, является форма работы с торговыми точками. Если оператор работает «по комиссии», это значит, что он (или его работник) тратит чуть больше времени на обслуживание автоматов. Тогда, например, для обслуживания сети в 300 автоматов будет необходимо двое работников. При форме работы «поставка наполнителей» нет необходимости часто обслуживать автоматы, следовательно, достаточно одного работника.

Нет необходимости создавать лишние рабочие места. Какой бы большой ни была сеть торговых автоматов, нужно оптимальное количество работников. Как мы уже писали, в

США в качестве работников часто выступают родственники владельцев сети. И это неспроста — работа с наличными деньгами требует доверия и ответственности.

Если говорить о требованиях к вендинг-оператору или работнику, обслуживающему сеть вендинг-машин, то это прежде всего — мобильность. Во-первых, необходимо наличие автомобиля, чтобы перевозить наполнители, автоматы, быстро добираться до конкретной точки, менять свой маршрут. Во-вторых, нужно постоянно быть на связи, чтобы любая торговая точка могла дозвониться и сообщить о том, что кончился наполнитель, произошла поломка и т. д.



В целях оптимизации работы вашего бизнеса рационально составить и использовать должностные инструкции для работников вендинг-сети. Это могут быть гласные или негласные инструкции. В них необходимо максимально предусмотреть все возможные вопросы, нюансы работы с торговыми автоматами. Аналогично типовую инструкцию необходимо

разработать и для каждой конкретной торговой точки. В договоре с торговой точкой можно сослаться на такую инструкцию.

Примерная инструкция для работника сети торговых автоматов:

1) составить график и маршрут посещения (обслуживания) автоматов в конкретных торговых точках;

2) снабдить торговые точки всеми необходимыми инструкциями по эксплуатации торговых автоматов. Пояснить принципы работы оборудования, особенности работы монетоприемного устройства;

3) следить за внешним видом торгового автомата. Поддерживать его в надлежащем состоянии. Ежемесячно, предварительно разобрав, промывать торговый автомат слабым мыльным раствором. В случае необходимости смазывать монетоприемник;

4) следить за наполнением автомата. В случае опустошения колбы до 1/3 добавить наполнитель. Следить за правильностью установки торгового автомата в конкретной торговой точке, чистотой места установки; наличием информационных дисплеев о товаре; наличием инструкции для покупателей, рекламных вставок и т. д.;

5) снабжать торговые точки монетами для размена; сертификатами на жевательную резинку и иные наполнители;

6) по первому звонку из торговой точки решить возникший вопрос; в случае необходимости посетить торговую точку, решить проблему работоспособности торгового автомата;

7) при объезде торговых точек не забыть ключи от торговых автоматов, детали на замену, запас наполнителей, документы для торговой точки (акты инкассации, договора, акты приемки, счета-фактуры, накладные, доверенность и т. д.);

8) вести график учета продаж в каждой конкретной торговой точке;

9) немедленно извещать владельца сети торговых автоматов о фактах инкассации, передавать график продаж; информировать обо всех нештатных ситуациях в торговых точках;

10) придерживаться всех иных правил установки и эксплуатации торговых автоматов.

Примерная инструкция для торговой точки:

1) поддерживать надлежащий внешний вид торгового автомата. По мере эксплуатации, но не реже раза в неделю протирать поверхность автомата от пыли, отпечатков пальцев и т. д. Содержать место установки автомата в чистоте;

2) осуществлять размен денег для покупателей, желающих совершить покупку через торговый автомат. В случае если монеты для размена заканчиваются, — известить владельца торгового автомата или его работника;

3) извещать владельца торгового автомата (по телефону) о том, что наполнителя осталось менее половины (менее 1/3). Обратить его внимание на внутреннее загрязнение автомата (крошки от наполнителя и т. д.);

4) в случае заклинивания монетоприемника или простоя автомата по любой иной причине немедленно связаться с владельцем торгового автомата или его работниками;

5) не перемещать торговый автомат с обговоренного места установки, следить за его устойчивостью. Не ставить в рабочее время торговой точки рядом с автоматом мусорных баков, ведер и т. д. Следить, чтобы на автомат не попадала вода или иная жидкость;

6) следить за безопасностью автомата в рабочее время торговой точки. Следить за тем, чтобы дети и иные покупатели не царапали поверхность автомата, не засовывали посторонних предметов в монетоприемное устройство;

7) обратить внимание на процесс покупки через торговый автомат, в случае если один покупатель долгое время «крутит монетоприемник». При необходимости подойти и убедиться в правильности эксплуатации покупателем монетоприемного устройства;

8) в случае закрытия торговой точки на внеочередные выходные или санитарный день известить владельца торгового автомата;

9) ни в коем случае не позволять посторонним людям открывать или инкассировать автомат. Это вправе делать только владелец торговой точки или его работник с оформлением всех документов. В случае сомнения в компетенции работника связаться с владельцем автомата;

10) следить за тем, чтобы была видна информация, размещенная рядом с автоматом или на автомате. В случае не-

обходимости объяснить покупателю, как работает торговый автомат;

11) в случае возникновения каких-либо вопросов связаться с владельцем автомата по телефону.

Обновление парка торговых автоматов

Мы уже писали о том, что со временем парк торговых автоматов, во-первых, изнашивается (у каждого автомата свой срок службы, свои условия работы), во-вторых, автомат «приедается» покупателям. С одной стороны, у автомата складывается постоянная аудитория покупателей, с другой, — автомат уже не является той новинкой, которая привлекала бы все новых и новых покупателей.

Обновление парка автоматов — один из инструментов оптимизации работы вендинг-сети. Обновление позволит избежать как морального и физического старения автоматов («старые» модели можно попросту продавать на вторичном рынке, т. к. спрос на них весьма велик), так и повысить количество продаж/прибыль.

Такое обновление не предполагает единовременную замену всего парка автоматов, а скорее, рассчитано на точечную замену — аналогичным же образом обновляется военная техника в вооруженных силах страны: выборочно, с экономией времени и затрат.

Вендинг-оператор может пойти на обновление лучших точек, дабы еще более повысить интерес покупателей или же «оживить» средние торговые точки.

Обновление парка торговых автоматов — постоянный процесс. Сначала вы покупаете модели подороже (например, для имиджевых торговых точек); какие-то автоматы потребуют ремонта и замены ввиду физического износа.

Эффективное планирование обновления парка торговых автоматов — залог того, что вендинг-оператор всегда будет на несколько шагов впереди конкурентов и запросов покупателей.

Если у вас наблюдается нехватка личного капитала, но есть желание развиваться, можно использовать уже работающую вендинг-сеть для получения банковского кредита, используя оборудование для залога или как пример для под-

тверждения ликвидности вашего бизнеса. Тем самым есть возможность за счет кредитных денежных средств увеличить размер сети. Как мы уже писали, при определенных формах работы (поставка) возможно вовлекать залоговые средства и увеличивать размер вендинг-сети.

Какие могут возникнуть сложности, и как их преодолеть?

В автомат будет попадать определенный процент «сорных» (поддельных) монет: монеты иностранных государств, монеты, вышедшие из обращения, но по размеру и толщине совпадающие с ходящими в стране; кругляши — имитаторы и т. д.

Это свойственно не только для России, но и для всего мира. Так, например, после перехода на евро европейские вендинг-операторы столкнулись с тем, что вместо монет в 2 евро в торговые автоматы стали забрасывать тайландские монеты в 10 бат, которые стоят всего 0,25 евро, но имеют одинаковый размер, вес и даже состав металла с монетой 2 евро. Поэтому автоматы не могут распознать разницу. И это большая проблема для европейских вендинг-операторов, т. к. большое количество европейцев (около 2 млн.) ежегодно посещают Таиланд и целеустремленно запасаются этими монетами.

Предусмотреть абсолютно все варианты защиты от подделок невозможно, поэтому обычно определенный процент «сорных» монет просто закладывается вендинг-операторами в расчет стоимости продукта.

Так, например, на практике **Допустимым является 1% поддельных монет.** проблемным является использование в вендинг-обороте 5-рублевых монетоприемников. Это связано с тем, что современная монета достоинством 5 рублей примерно совпадает по размерам с монетой 5 копеек, находившейся в ходу в СССР по 1991 год. У населения осталось много 5-копеечных монет советской чеканки, поэтому вендинг-операторы рискуют нести убытки, работая именно с 5-рублевыми монетоприемниками.

Если случится так, что количество подделок примет массовый характер, вендинг-оператор, столкнувшийся с такой проблемой, может или убрать вендор из проблемной точки,

или же поменять монетоприемник на принимающий монеты другого достоинства. Еще один способ снижения заброса поддельных монет — расстановка автоматов под косвенным присмотром работников торговой точки. Можно разместить на автомате наклейку, что он находится под наблюдением видеокамеры.

Зарубежные производители автоматов и вендинг-операторы обращаются к правосознанию покупателей и предупреждают их, размещая на автомате наклейку, гласящую, что использование при платеже поддельных монет является преступлением и наказуемо.

Любой вендинг-оператор столкнется с вандализмом. Только в некоторых странах, таких как Япония, Канада, вендинг-операторы могут похвастаться низким уровнем вандализма и позволить себе установку вендоров без присмотра. Российская действительность такова, что неохраняемые автоматы могут или физически пострадать, или стать предметом кражи. Автоматы бьют, прожигают, царапают и т. д.

Между тем, чем приличнее место установки торгового автомата, тем больше гарантии его сохранности. По своему опыту, можем выделить места повышенного риска эксплуатации вендоров. Это — вокзалы, уличные торговые точки, где автоматы быстро стареют и теряют свой привлекательный внешний вид. Хотя тут же отметим, что здесь автоматы себя с лихвой окупают и приносят солидные прибыли, поэтому и эксплуатируются в условиях повышенного риска.

К местам, где автоматы будут служить долго, можно отнести детские кафе, центральные магазины (ЦУМ, ГУМ), супермаркеты и т. д.

В любом случае, если автомат ненадежно установлен, он может стать предметом кражи. Но этого можно избежать, предусмотрительно указав в договоре с владельцем торговой площади, что он несет ответственность за сохранность автомата и его элементов.

Правила безопасной установки торговых автоматов таковы: вендоры должны быть установлены в пределах видимости продавцов, службы безопасности или любого другого обслуживающего персонала. Рекомендуется дополнительно использовать специальные тросики или болты для фиксации автомата на определенном месте. Не рекомендуется устанавли-

ливать «хрупкие» вендинг-машины в местах повышенного риска.

Кроме того, всегда можно застраховать ваше оборудование. Затраты на страховку весьма низки, в то же время вендинг-оператор спокоен. Но есть и минусы страховки: нельзя передислоцировать застрахованное оборудование, то есть менять условия его работы — такие требования выдвигают страховые компании.

К сожалению, оператор должен быть готов к тому, что даже в процессе безоблачной работы торгового автомата не исключена его поломка или засор рабочих элементов. Все-таки Россия — «страна Кулибиных», да и дети склонны экспериментировать с платежными средствами. Худшее, что может произойти, — засориться монетоприемник. Это легко исправимо, но вряд ли этим займутся люди, следящие за автоматом (например, продавцы в магазине), поэтому лучше оставить им свой контактный телефон, дабы избежать проста вендора, или же снабдить их подробными инструкциями, как избежать проблем автоматной эксплуатации.

Налоговый учет и торговые автоматы

На предпринимательскую деятельность по реализации товаров посредством торговых автоматов распространяется система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД). Порядок налогообложения регулируется главным образом главой 26.3 Налогового кодекса Российской Федерации. С 1 января 2006 года вступает в юридическую силу положения Федерального закона от 21 июля 2005 г. №1001-ФЗ «О внесении изменения в главы 26.2 и 26.3 части второй налогового кодекса РФ...». Порядок налогообложения мы рассмотрим с учетом изменений и дополнений нового закона.

Прежде всего, необходимо определить место торгового автомата среди иных объектов торговли, объектов налогообложения, ввиду того, что законодатель делит торговую сеть на стационарную и нестационарную.

Согласно ст. 346.27 НК РФ под стационарной торговой сетью понимается торговая сеть, расположенная в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях, строениях, сооружениях. Стационарную торговую сеть образуют строительные системы, прочно связанные фундаментом с земельным участком и подсоединенные к инженерным коммуникациям. К данной категории торговых объектов относятся магазины, павильоны и киоски.

Нестационарная торговая сеть — торговая сеть, функционирующая на принципах развозной и разносной торговли, а также объекты организации торговли, не относимые к стационарной торговой сети.

В соответствии с Государственным стандартом Российской Федерации Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» развозная торговля — розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только в комплекте с транспортным средством; разносная торговля — розничная торговля, осу-

ществляемая вне стационарной розничной сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем на дому, в учреждениях, организациях, предприятиях, транспорте или на улице. К передвижным средствам развозной и разносной торговли относятся торговые автоматы, автолавки, автомагазины, тележки, лотки, корзины и иные специальные приспособления.

Итак, исходя из систематического толкования норм налогового законодательства торговые автоматы можно определить как объекты *нестационарной торговой сети*.

На практике торговые автоматы могут быть установлены как на площади торговых залов — попросту на территории магазинов, так и на улице, например, рядом с кафе.

Обратимся вновь к статье 346.27, которая также закрепляет (извлечение):

«развозная торговля — розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только с транспортным средством. К данному виду торговли относится торговля с использованием автомобиля, автолавки, автомагазина, тонара, автоприцепа, передвижного торгового автомата;

...

объект организации общественного питания, не имеющий зала обслуживания посетителей, — объект организации общественного питания, не имеющий специально оборудованного помещения (открытой площадки) для потребления готовой кулинарной продукции, кондитерских изделий и (или) покупных товаров. К данной категории объектов организации общественного питания относятся киоски, палатки, торговые автоматы и другие аналогичные точки общественного питания;».

Законодатель устанавливает различные физические показатели базовой доходности, которые должны использоваться при исчислении налоговой базы по ЕНВД в отношении предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли, осуществляемой через торговые автоматы.

Розничную торговлю товарами, осуществляемую через торговые автоматы, размещенными на территории торговых

и иных площадей объектов стационарной торговой сети (магазинов и павильонов), а также площадях других стационарных объектов организации розничной торговли, следует относить к розничной торговле, осуществляемой через иные объекты нестационарной торговой сети, а исчисление налоговой базы по единому налогу на вмененный доход производить с использованием физического показателя базовой доходности — «торговое место».

Розничную торговлю через уличные (передвижные) торговые автоматы необходимо квалифицировать как разносную (развозную) торговлю, а исчисление налоговой базы по единому налогу на вмененный доход в таком случае производится с использованием физического показателя базовой доходности «количество работников, включая индивидуального предпринимателя». Этот же показатель базовой доходности применим к торговым автоматам, относящимся к «объектам организации общественного питания, не имеющим зала обслуживания посетителей».

При этом закон определяет «количество работников» как — среднесписочная (средняя) за каждый календарный месяц налогового периода численность работающих с учетом всех работников, в том числе работающих по совместительству, договорам подряда и другим договорам гражданско-правового характера».

Законом установлены следующие размеры базовой доходности:

Виды предпринимательской деятельности	Физические показатели	Базовая доходность в месяц (рублей)
1	2	3
Розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, не имеющей торговых залов, и розничная торговля, осуществляемая через объекты нестационарной торговой сети	Торговое место	9 000
Развозная (разносная) торговля (за исключением торговли подакцизными товарами, лекарственными препаратами, изделиями из драгоценных камней, оружием и патронами к нему, меховыми изделиями и технически сложными товарами бытового назначения)	Количество работников, включая индивидуального предпринимателя	4 500
Оказание услуг общественного питания через объекты организации общественного питания, не имеющие залов обслуживания посетителей	Количество работников, включая индивидуального предпринимателя	4 500

О вариациях бизнеса: кондоматы

Один из смежных бизнесу с gumballs machine является бизнес с кондоматами.

Бизнес с кондоматами⁸ для России менее освоен, чем с бизнес gumballs machine. И с этим ответвлением вендинга мы существенно отстаем от Запада. Между тем, с каждым годом кондоматы (торговые автоматы по продаже презервативов) становятся все популярнее. Совсем недавно и в России начаты производство и установка кондоматов. За несколько лет в число стран, в которых не только устанавливаются, но и производятся автоматы, вошли Индия, Таиланд, Китай. Да что уж говорить, кондоматы есть уже в Мали, их планируют установить в Намибии, Нигерии и ряде других африканских стран.

В каждой стране кондоматы устанавливаются по одним и тем же и в то же время разным причинам: удобство и сервис, интимность покупки, безопасность секса, формирование сексуальной культуры и т. д.

В большинстве стран установка кондоматов входит в социальную программу государства по борьбе с распространением ВИЧ-инфекции и венерических заболеваний. С одной стороны, расстановка кондоматов — социальная защита населения, с другой — интересный бизнес.

Чем отличается бизнес с кондоматами? Во многом он схож с gumballs machine. Те же правила, те же формы работы, похожие механизмы поддержания продаж. В то же время данные автоматы продают «взрослый продукт», а значит, речь идет о «взрослых местах» для установки автоматов. Хотя если обратиться к зарубежному опыту, кондоматы устанавливаются и в старших школах и в высших учебных заведениях. В настоящее время в нескольких сотнях школ и колледжей США установлены кондоматы. К слову сказать, устанавливать кондоматы в школах США стали с 1978 года. В Китае, опираясь на

⁸ Кондомат (от англ. condom – презерватив; condomat – автомат по продаже презервативов).

опыт США, в 2002 году в двухстах университетах и студенческих городках также были расставлены кондоматы.

Обратимся к статистике и перспективам рынка кондоматов. Уже на сегодняшний день в различных регионах России установлено порядка 2.000 кондоматов. Так, в Великобритании на 2002 год было установлено примерно 15.000 кондоматов, в Южной Корее — 18.000 кондоматов.

Если исходить из подобной статистики (соотнести количество населения названных стран с количеством кондоматов), то в России рынок кондоматов предположительно составляет двадцать-тридцать тысяч машин. Хорошая перспектива!

Перспектива тем более заманчива, ведь помимо презервативов подобные автоматы, справедливо именуемые за рубежом «медицинский центр», торгуют таблетками, средствами женской гигиены, салфетками — всем тем, что может понадобиться человеку в любой момент и в самом неожиданном месте.

Какие формы работы? Как мы уже отметили, бизнес очень и очень поход на gumballs machine. В то же время, если обратить внимание на зарубежный опыт, то можно заметить, что одной из самых популярных форм работы с кондоматами является их сдача в аренду. Как правило, арендатором являются офисные центры, заводы, предприятия. Фактически любой зарубежный работодатель стремится создать сервис для своих работников, тем самым максимально сосредоточить их на работе. «Заболела голова? Понадобились салфетки? Мысли, где же приобрести медикаменты или средства гигиены?» Заботливый работодатель сделает все, чтобы его работник не тратил рабочее время на подобные мысли. На предприятии ставится «медицинский центр», и работники всегда получают нужный продукт. Это и есть небольшой, платный, но в то же время сервис!

Другая сторона бизнеса с кондоматами, подобно работе с gumballs machine, связана с расстановкой автоматов и продажей наполнителей. Далекое не в каждом ночном клубе страны, ресторане, кафе, автозаправке, гостинице, аэропорту, вокзале и т. д. стоят кондоматы. А ведь это те места, где за рубежом автоматы по продаже презервативов приносят хорошую прибыль вендинг-операторам. А где в России в насто-

ящее время продают презервативы? В аптеках, киосках, продуктовых магазинах и даже «меню ресторана». Зачем все усложнять? Если покупатель пришел в супермаркет за пачкой презервативов, стоит ли заставлять его стоять в очереди? А как же интимность покупки? Вендинг-оператор на выгодных для торговой точки условиях может установить кондомат в туалетной комнате или у входа в торговый зал, и покупатель «оставит» свои деньги в автомате, а ранее неизвестный бизнес наберет обороты.

Послесловие

Вендинг-бизнес не стоит на месте. С каждым днем появляются новые торговые автоматы, приходят в нашу жизнь, становятся неотъемлемой ее частью.

Если обратить внимание на динамику новостей, то по всему миру, по всей России с каждым днем происходит автоматизация торговли — это прогресс, очевидцами и участниками которого являемся мы с вами.

На моей практике, все, кто вступал на путь вендинга, добились тех высот и тех прибылей, которые были поставлены в самом начале бизнеса и казались недостижимыми. От фантазий вокруг торговых автоматов и заканчивая собственным делом, предприниматели построили преуспевающий бизнес, который уже с трудом можно назвать «малым», объединяющий десятки и сотни торговых точек. И прошло с тех пор не двадцать и не десять лет, а три-четыре года.

Один из постулатов рыночной экономики — спрос рождает предложение. Так вот, спрос на торговые автоматы и наполнители уже есть, осталось только сделать предложение. То есть шаг — за предпринимателями.

Удачи в построении собственного бизнеса!

Чигарин Тарас Георгиевич

**ВЕНДИНГ-БИЗНЕС:
МЕХАНИЧЕСКИЕ ТОРГОВЫЕ АВТОМАТЫ**

Технический редактор *Д. Ю. Зенин*

Корректор *С. П. Савельева*

Подписано в печать 10.10.2005. Гарнитура Pragmatica.

Формат 60x84¹/₁₆. Усл. п. л. 7,44. Печать офсетная.

Тираж 5000 экз. Заказ № 8064.

Издатель С. В. Зенина

302001, г. Орёл, ул. Черкасская, 36-168,

тел.: (0862) 75-27-46

www.orel.ru/book

e-mail: book@orel.ru

Отпечатано в ОАО «Типография «Труд».

302028, г. Орёл, ул. Ленина, 1.

Gumballs.ru[®]



классические механические торговые автоматы
производства компании Beaver (Канада).



Наши координаты:

Телефон/факс: (095) 101 3805
E-mail: info@gumballs.ru
Веб-сайт: www.gumballs.ru
Адрес: 127238, Москва,
Ильинский пр., 5, офис 201

Визаргум

Торговые автоматы

Жевательная резинка

Мячи-прыгуны

Игрушки
Капсулы
Конфеты



Email: info@wizardgum.ru
www.wizardgum.ru
тел.: (095)457-2027,8(501)470-0511



МЫ

Condom.ru

- производим торговые автоматы по продаже презервативов.
- поставляем классические механические торговые автоматы.
- осуществляем дилерскую программу в РФ и ближнем зарубежье.



Телефон: (095) 101 3805

E-mail: info@condom.ru

Веб-сайт: www.condom.ru

Адрес: 127238, Москва, Ильменский проезд 5, оф. 201

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



"Вендинг-бизнес" - первое на территории бывшего СССР периодическое печатное издание, которое специализируется на вопросах организации торговли и услуг с использованием автоматических устройств. Журнал содержит анализ рынка,

обзор текущих событий и новостей внутри России и за рубежом. Из него можно узнать о новинках оборудования, технологий и организации автоматизированной торговли, о реализуемых товарах и услугах, используемых ингредиентах, а также о фирмах и людях отрасли. Издается с марта 2004 г. с периодичностью номер в два месяца. Полноцветное издание на 48 полосах формата А4. Печатается тиражом 1500 экз. и распространяется в большинстве регионов России и в Украине. Подписка - через редакцию. Стоимость 1 экземпляра журнала - 150 руб. плюс почтовые расходы по доставке. Подробности - на сайте www.vendingbusiness.ru.

Адрес редакции:
Россия, 127422, Москва,
ул. Костякова, 12, офис 50-51.
Телефон/факс:
095 210-2130, 913-41-18
info@vendingbusiness.ru

Вы держите одну из первых книг о российском вендинге – автоматизированной торговле. Несколько лет работы автора в бизнесе торговых автоматов позволили ему понять и объяснить разницу между вендинг – бизнесом «здесь» и «там». Книга включает в себя ценные рекомендации по организации такого бизнеса и отвечает на массу возникающих при этом вопросов:

- Расчеты окупаемости и прибыльности торговых автоматов;
- Юридические аспекты договорной работы с арендодателями;
- Примерные инструкции для торговой точки и для сотрудника;
- Логистика вендинг – бизнеса, маршруты передвижения оператора при обслуживании торговых автоматов;
- Варианты увеличения продаж за счет управления местом, ценой и наполнителем;
- Законодательная база вендинг – бизнеса, и другие полезные вещи.

Рекомендуем всем, кого интересуют современные высокоэффективные, малозатратные и быстроокупаемые формы бизнеса.



ISBN 5-902802-03-2



Gumballs.ru
info@gumballs.ru