

АВТОМАТная очередь

Как Валерий Богушев, одолжив \$3 тыс., построил небольшой, но надежный бизнес с рентабельностью 35%

Каждое утро сотрудники головного офиса ООО «НОТА» спешат на работу. Поговорка «Время – деньги» наполнена для них реальным смыслом. При входе в офис стоит аппарат, который идентифицирует сотрудников по отпечаткам пальцев и фиксирует время прибытия на рабочее место. Опоздание больше чем на 10 минут чревато штрафом. «Эта система дисциплинирует подчиненных, задерживаться могут только я. Да и то не позволяю себе этого», – говорит директор ООО «Национальный оператор торговых автоматов» («НОТА») Валерий Богушев. В 1990 г. выпускник Киевского института гражданской авиации занял \$3 тыс. под 10% в месяц, чтобы начать торговлю книгами. Он и представить себе не мог, что спустя 18 лет станет собственником, если и не очень крупного, то достаточно устойчивого вендингового бизнеса с более чем сотней работников и несколькими региональными филиалами.



Детективы оптом и в розницу

«Сначала был только лоток и я. Это был очень малый бизнес», – улыбается Валерий Богушев. Но тогда граждане разваливающейся страны испытывали дефицит во всем. Вскоре число лотков увеличилось до 15. Самому Валерию заниматься торговлей уже не приходилось, появились первые наемные работники. Торговали буквально всем – жвачками, пивом, дисками. «Собственных денег не хватало. Я брал в долг у сотрудников и платил им проценты. Так и развивались», – вспоминает господин Богушев. В 1993 г. он решил: пора самому импортировать продукты, а не покупать их через дистрибьюторов. Поехал с переводчиком в Будапешт и занялся поиском партнеров. Приходилось самому ездить по заводам и договариваться о поставках. Первая партия была небольшой. «Для растаможивания фуры, в которой были продукты, алкоголь и соки из всех восточно-европейских стран, нам не хватило всего \$200. Стоимость фуры составляла

\$16 тыс. – это были все наши деньги. Пришлось в срочном порядке занимать еще и эти \$200», – продолжает свой рассказ Валерий Богушев. Постепенно отладили схемы поставок. Ежемесячно из Европы в Киев приходила одна машина, ее вполне хватало для реализации товара в 15 киосках и на 50 лотках. Фирма процветала. Однако, по независящим от него причинам (сегодня Богушев вспоминать о них не хочет), в 1994 г. ему пришлось закрыть фирму и переехать в Россию. Все распродал, расплатившись с долгами и собрав воедино весь свой капитал, а это было уже более \$50 тыс. Валерий уехал в Ростов-на-Дону. «Вся команда, а это 15 человек, переехала со мной в Ростов. Ростовчанином был только водитель», – отмечает господин Богушев. Там решили продолжить начатое дело – связи с производителями уже отработаны, нужно было просто переориентировать поток товара в Россию. За счет оптовых партий, прямых поставок и гораздо более емкого и свободного рынка всего через полгода Богушев и компания оказались в лидерах регионального рынка пищевых продуктов импортного производства. «Поскольку мы всегда покупали достаточно много и рассчитывались вовремя, заводы начали давать нам отсрочки платежа. Появилась возможность брать более крупные партии, соответственно пошли оптовые поставки фурами», – добавляет он.

Казалось бы, что еще желать. Но 1996 г. положил конец российскому периоду в бизнесе Богушева: РФ поменяла ставки ввозной таможенной пошлины на импортные продукты, заниматься этим бизнесом стало невыгодно. «Решили сворачиваться. Правда, особого сожаления по этому поводу не испытывали. Ведь всем пришлось жить практически на два дома. Семьи – в Киеве, мы – в Ростове». Предприниматель возвращался на родину не с пустыми руками – к тому времени его капитал уже составлял \$300-400 тыс. «В тот год

Структура холдинга

ООО «НОТА» с годовым оборотом на 2007-2008 гг. более 15 млн. грн. в год

«Украинская компания вендинга» с оборотом по итогам 2007 г. 8 млн. грн.

«Капс сервис» с оборотом по итогам 2007 г. – 9 млн. грн.



Доходный автомат



По мнению участников рынка, развитие вендинга в Украине тормозят высокие арендные ставки. «Но в хорошем месте можно и переплатить за аренду, так как прибыль потом перекроет эти расходы», — утверждает директор компании Vending Systems господин Дрига. Хотя там, где автоматы используются как дополнительная услуга для клиентов (в основном это СТО и похожие места), за аренду не платят. «Кое-где арендная плата достигает \$200 за 1 кв. м — это самый сдерживающий фактор в развитии бизнеса», — добавляет Валерий Богушев. К тому же преимущественно развиваются комплексные линейки, а платить за них аренду по \$1 тыс. игроки рынка считают нерентабельным. По оценке господина Богушева, рентабельность составляет 25-30%, поскольку в последнее время также существенно выросли цены на ингредиенты и зарплата персонала. Сергей Дрига утверждает, что рентабельность торговых автоматов в Украине может достигать 300%. Увеличению количества автоматов способствуют растущий спрос, высокая рентабельность и относительно небольшая цена. По словам директора компании A-Vending Юрия Чупюка, в 2006 г. оборот продаж через вендинговые автоматы составил около 70 млн. грн. «Количество автоматов ежегодно удваивается, следовательно, товарооборот через торговые автоматы в 2008 г. составит около 280 млн. грн», — добавляет он.



я купил квартиру, и какое-то время просто отдыхал», — рассказывает он.

Бессонные ночи, кофе, сигареты и... идея

Но отдых не был праздным. В тот период Богушеву довольно часто приходилось бывать в Будапеште, где жил его товарищ. «Часто бизнес — это бессонные ночи и, конечно, кофе, как правило, из кофейного автомата, который

работает круглосуточно. И тогда родился вопрос: почему в Украине нет ничего подобного?» — говорит Валерий Богушев. Для Украины это был совершенно новый бизнес, о его специфике никто не знал. Пришлось привлечь венгерскую вендинговую компанию, которая провела курс обучения и помогла в организации бизнеса под ключ.

Фирма «НОТА» была зарегистрирована в Киеве 24 декабря 1997 г. «Закупив первые

ПЕРВЫЙ ТОРГОВЫЙ АВТОМАТ

в России был установлен в Санкт-Петербурге в ноябре 1898 г. – это был аппарат по продаже плиток шоколада. Он был установлен петербургской фирмой «Жорж Борман» (основатель и глава – Георгий Николаевич Борман), на фабриках которой выпускался шоколад и конфеты, мармелад и пастила, карамель, монпансье и леденцы. На всех его наружных стенках красовалась выполненная крупными буквами ИНСТРУКЦИЯ следующего содержания: «За опущенную в аппарат 15-копеечную монету (не пробитую) полагается плитка шоколада; просят не опускать других монет, кроме пятиалтынных – при других монетах аппарат не действует, а монета не возвращается».

Капитализацию «НОТЫ», с учетом всех подразделений и СП, независимые аудиторы оценили в \$5 млн.

десять кофейных автоматов и арендовав офис на Троещине, мы пытались сначала продавать эти автоматы. Но дело не пошло», — рассказывает Валерий Богушев. Несмотря на все старания, ни одного автомата из этой первой партии продать не удалось. Тогда решили купить еще 20 автоматов и заняться их установкой и эксплуатацией. «Работали впартером. Я и сам ездил, искал места для автоматов. Мы их устанавливали и обслуживали. Иной раз и рядом стояли, чтобы рассказывать клиентам, на какую кнопку нажать и как пользоваться автоматом. От незнания народ складывал купюры вчетверо, пытаясь засунуть в автомат», — вспоминает господин Богушев. Одновременно приходилось экспериментировать с ассортиментом: никто не знал, какие напитки будут востребованы, а какие нет. Ведь рекомендованная рецептура может не понравится украинцу, так как ориентирована на европейский вкус. Дегустировали напитки всем офисом. «Наш технический директор любил горячее молоко, он решил, что и другие любят. Но оказалось, что это не так — молоко популярностью не пользовалось, и от идеи напоить всех детским продуктом пришлось отказаться», — с улыбкой вспоминает Валерий.

Постепенно бизнес набирал обороты. Но чем больше было автоматов, тем сложнее становилось их обслуживание: требовалась организационная и финансово-учетная схема работы и контроля. В 1998 г. возник замысел разработать собственное программное обеспечение. Так сформировалось второе направление в деятельности компании, которое сейчас приносит неплохой доход. Программа, впоследствии получившая название «Вендинг 1.4», была создана по техническому заданию самого Богушева. Учитывалось все — деньги, товар, рецептура, напитки. «Мы эту программу до сих пор продаем. Сегодня по €300. Уже окупили все затраты и неплохо заработали», — говорит господин Богушев. К началу 2000 г. компания развивала уже три направления: продажа автоматов, их эксплуатация и продажа ПО к вендинговому бизнесу.

По словам игроков рынка, в среднем автомат окупается через год-полтора — в зависимости от того, где он установлен. На удачном месте — за месяц. Стоимость автоматов колеблется в пределах **€3-5 тыс.**

Раскачка рынка

В 1999 г. компания господина Богушева начала освоение новых автоматов: по продаже баночной продукции и снеков. «Первый снековый аппарат мы купили очень дорого. Тогда мы просто не знали, что у итальянцев может быть пять разных прайсов на все случаи жизни. Нам дали большую «скидку», которой мы очень радовались. Только потом мы выяснили, что на самом деле нам продали аппарат без скидки», — делится воспоминаниями Валерий Богушев.

«Через полтора года наши автоматы уже все окупались, к тому же конкурентов на тот момент у нас не было, мы могли ставить автоматы куда угодно», — говорит господин Богушев. Аренду за место, где стояли автоматы, «НОТА» не платила, так как взяла на вооружение западный принцип «мы готовы поставить вам автомат бесплатно». К 2000 г. в эксплуатации компании находилось более ста автоматов. «К тому времени уже и продажи пошли. В год продавалось до трехсот автоматов», — говорит Валерий. На продаже одного автомата, в зависимости от типа, комплектации, партии компания господина Богушева зарабатывала €500-700. На то время доход от эксплуатации автоматов составлял до 300 тыс. грн. в месяц, из которых 100 тыс. грн. — чистая прибыль. Плюс к этому ежегодно компания получала €150 тыс. от продажи автоматов. «Сейчас, конечно оборот с одного

Расчет окупаемости автомата

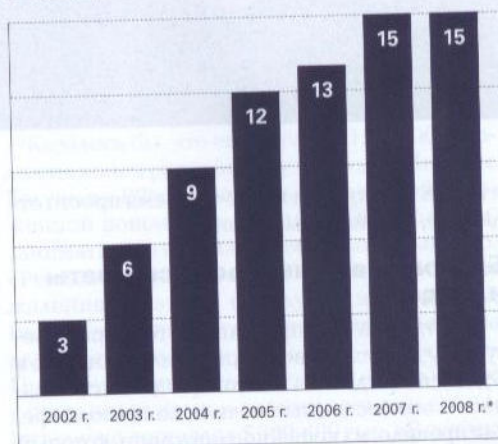
Источник: ООО «Нота»

Время эксплуатации (месяцы)	Прибыль (грн.) при продаже стаканов в день						
	100	150	200	250	300	350	400
1	3830	5744	7659	9574	11489	13403	15318
2	7659	11489	15318	19148	22977	26807	30636
3	11489	17233	22977	28721	34466		
4	15318	22977	30636				
5	19148	28721					
6	22977						
7	26807						

Исходные данные для расчета: Цена автомата DBX 400 с монето- и банкнотоприемником и набором автономной воды — 23257 грн. Средняя прибыль от продажи 1 стакана — 1,28 грн.

Годовой оборот ООО «Нота» (млн. грн.)

Источник: ООО «Нота»



кофейного автомата меньше. Если раньше нормой была продажа 100 стаканчиков в день из одного автомата, то сейчас 60 стаканчиков считается хорошим результатом. Рынок насыщается, выручка делится между его игроками. Это объективный процесс», — заключает Валерий Богусhev.

Эпоха Nestle

Летом 2001 г. к Валерию Богусhevу с предложением о сотрудничестве пришли представители компаний Kraft Foods и Nestle. Тогда Богусhev мог выбирать конкурентов у него практически не было. Он остановился на Nestle и не прогадал: сегодня она занимает около 85% рынка.

«После принятия решения развивать рынок в Украине мы выбрали для сотрудничества «НОТУ». Только у них на тот момент были хоть какие-то аппараты и некоторое представление об этом бизнесе», — рассказывает директор по корпоративным вопросам компании Nestle в Украине Геннадий Радченко.

Правда, директор компании Vending Systems Сергей Дрига считает, что «НОТЕ» удалось занять лидирующие позиции на рынке только благодаря сотрудничеству с Nestle, которая ведет довольно агрессивную рекламную политику на рынке. «А расстановка автоматов, которой занимается «НОТА» — это дело десятое», — говорит он.

Первое время схема работы с Nestle была довольно простой: «НОТА» занималась организацией и техническим обслуживанием, а также обучением других операторов, компания поставляла ингредиенты для кофейных автоматов. «У нас было 24 аппарата от Nestle. Для нас это было довольно серьезное испытание: технологии и схемы работы налаживали на ходу. Все, что сейчас есть, построено на ошибках и шишках. Нынешний договор о субаренде написан кровью», — рассказывает господин Богусhev. Сегодня Nestle закупает вендинговое оборудование у иностранных поставщиков и сдает его в аренду украинским операторам, в том числе через компанию «НОТА».

Из чего пьем

Помимо эксплуатации автоматов, компания господина Богусheva в настоящее время активно занимается еще и их продажей, сотрудничая более чем 10 поставщиками. Стоимость автомата колеблется в пределах €3-5 тыс., включая укомплектованную «систему платежа». «Конечная цена автомата формируется так же, как при покупке автомобиля. Ты покупаешь машину за 20 тыс., а выезжаешь в машине за 40 тыс.», — добавляет он. В основном фирма Богусheva работает с итальянскими автоматами производства Abs Coffee Machines, Fas International, GPE, Omnimatic. В компании говорят, что украинцы по-прежнему лучше воспринимают товары иностранного происхождения. «Но я считаю, что отечественные автоматы (их делают ОАО «Томак» и ООО «Кристалл Пак») лучше итальянских. Они более продуманы, лучше адаптированы под

нашего потребителя», — говорит директор «НОТЫ». Сейчас компания собирается предложить рынку автоматы по продаже соков из концентратов. «Это перспективное направление, за ним — будущее», — добавляет он. Ставку Богусheva на этот сегмент рынка поддерживает и директор компании A-Vending Юрий Чупюк, «Мировой опыт свидетельствует: торговля прохладительными напитками, соками и пивом — это самое многообещающее направление», — говорит он. По его оценке, вендинговый бизнес в Украине на 95% заполнен кофейными автоматами, хотя в мире они занимают не более 10%. Поэтому развиваться он будет именно в «пиво-прохладительном» направлении.

Пища из автомата

Несмотря на все финансовые и политические катаклизмы в стране, в будущее Богусhev смотрит с оптимизмом. По разным оценкам, в Украине эксплуатируют от 8 до 15 тыс. кофейных автоматов. «Это очень мало. Наш рынок вендинга не занят даже наполовину. Охвачены только города-миллионники, автоматов в более мелких городах практически нет», — отмечает предприниматель. А бум «вендинговых» снеков, по его словам, только начинается. Кроме того, Богусhev уже готовится к комплексному подходу. Он считает, что пора переходить на линейки автоматов, состоящие из снековых, кофейных и прочих. «Мы готовы к тому, что этот рынок будет расти», — говорит господин Богусhev. Юрий Чупюк считает это правильным. По его оценке, будущее на вендинговом рынке Украины имеют те, кто постоянно идет чуть впереди — продвигая новые виды автоматов, в том числе комбинированные.

Идея с Востока

Очередной проект Богусheva — производство бумажных стаканчиков для вендинга. «Эту идею я подсмотрел в Корее, когда был в командировке», — вспоминает он. Стаканчики для вендинга в основном пластиковые. Проблема в том, что более экологичный и удобный для приема пищи бумажный стаканчик приспособить под автомат сложнее, чем пластиковый. После консультаций с корейцами техническая служба «НОТЫ» адаптировала бумажные стаканчики к автоматам, и уже в 2006 г. было создано совместное украинско-корейское предприятие — «Капс сервис». «Производство организовали под Киевом. Пока это небольшой цех. Но это только начало. Сегодня у нас заказов больше, чем мы можем принять», — рассказывает Валерий Богусhev. И хотя производственные мощности цеха небольшие, около 7 млн. стаканчиков в месяц, в планах расширение объемов до 12 млн. Но и на этом Богусhev останавливаться не собирается. «Меня постоянно обуревают новые идеи. Наверно, это не очень нравится моим подчиненным», — улыбается он.

Участники рынка
утверждают,
что рентабельность
вендингового
бизнеса в Украине
может достигать

300%

В 2007 г. вендинг-сектор
США
заработал 23,21 млрд.
долларов.



ТАТЬЯНА ВЕЛИМОВСКАЯ
ТАМАРА КИРЮЧЕК