

АВТОМАТНАЯ ОЧЕРЕДЬ

«Советский» дизайн и современная начинка. Таков рецепт приготовления газированной воды по версии авторов нашумевшего проекта «Копиркин».

Максим Можар — генеральный директор компании «Лиском», специализирующейся на разработке и производстве вендинговых аппаратов, — уверяет: потенциальные клиенты буквально вынудили его заняться созданием автомата для продажи газированной воды. В обмен же заказчики, недовольные качеством представленных на рынке машин, обещали добровольно выстроиться в очередь за новым «агрегатом», лишенным недостатков предшественников.



Поначалу Можар совершенно не хотел ввязываться в эту историю. Ведь на рынке уже действовало пять–семь игроков, выпускающих подобные устройства. Однако в конце концов решил посоперничать с «ветеранами». Главным же конкурентным преимуществом должна была стать максимально возможная надежность автомата, нареченного «Газировкин».

— Надежность — это то, чего рынку сегодня очень не хватает, — объясняет Можар. — Если почитать специальные форумы, легко ужаснуться. Владельцам таких автоматов приходится постоянно устранять неполадки в процессе работы. А человек, который покупает вендинговый автомат, обычно к этому совсем не готов: он рассчитывает установить его и приезжать только за деньгами.

По словам Максима, именно низкое качество автоматов не позволяет предпринимателям строить крупные вендинговые сети. А желающих осуществлять такие проекты много. Как показал опыт последних лет, автоматы для продажи газированной воды очень прибыльны: «Особенно развит этот бизнес в южных регионах: там люди ставят по 50–100 таких машин. Но если автомат ломается каждые два дня, приходится нанимать еще 50 инженеров, которые будут чинить их. А это уже совсем другая экономика».

В «Лискоме» решили использовать весь свой опыт в производстве такой техники (компания выпускает около десятка различных вендинговых автоматов, в том числе «Копиркин», «Бахилкин», «Пробиркин» и др.) и придумать действительно надежную машину, на основе которой можно строить сетевой бизнес. И, похоже, кое-что получается. По крайней

мере тестовый образец уже «отлит в металле».

В компании стиль «Газировкина» определяют как «ретрохайтек». Разработчики сделали попытку объединить классический внешний вид советского автомата с технически совершенной современной начинкой.

В ходе работ над проектом пришлось собрать всю имеющуюся информацию об автоматах, потчевавших газировкой граждан СССР, и составить итоговый документ, описывавший все выпускавшиеся тогда образцы. «Газировкин» выполнен на базе модели, производившейся в 80-х. И не случайно. Те времена еще хорошо помнит множество потребителей. А хотелось ведь именно этого — вызывать у людей ассоциации с прошлым, с детством и юностью.

Перед тем как приступить к проектированию «Газировкина», лискомовцы перепроверили свои маркетинговые предположения — провели опрос будущих клиентов. Оказалось, подавляющее большинство видит аппарат именно в «советском» облике.

«В России сейчас стремительно растет интерес ко всему, что связано с Советским Союзом, — делится своими наблюдениями Можар. — Открываются музеи советских вещей. Например, появился музей советских игровых автоматов, где можно «резать» в «Морской бой». Видно, что люди тянутся к той эпохе. И этот период «ретромании» можно использовать для извлечения прибыли».

Автоматы по продаже газированной воды в этом смысле могут привлечь особый интерес. По словам Можара, это «чисто советский феномен». Ведь в европейских странах, например, подобных ма-

шин не существовало в принципе. После развала СССР их производство прекратилось; последние были выпущены в 1991-м, а обновленные их версии начали появляться в России только в 2006-2007 годах. «Поэтому мы, безусловно, ориентируемся на ностальгические чувства, — рассказывает Можар. — Автоматы газированной воды, как мы уже знаем сегодня, вызывают очень позитивные эмоции. Это сразу видно: вот подходит к такому автомату человек, которому за 30, и у него чуть ли не скушая слеза катится по щеке. Любо-дорого взглянуть на это».

Чтобы досконально разобраться во внешней и внутренней сути феномена советского автомата, сотрудники «Лискома» провели тщательные розыски и обнаружили идентичный старый агрегат (найти его удалось далеко не сразу, причем на свалке).

Исследовав находку, пришли к выводу: автоматы в Советском Союзе выпускали не слишком надежные. «В те времена, — напоминает Максим Можар, — их обычно выставляли по три-пять штук в ряд. И неспроста: в расчет принимался тот факт, что автоматы часто выходили из строя». От советского прототипа «Газировкин» отличается не только техническими тонкостями, но и наличием одноразовых стаканчиков. Вместо легендарного граненого, одного на всех.

Сборку «Газировкиных» в «Лискоме» намерены осуществлять самостоятельно. Почти все электронные детали, «мозги» автомата, делаются в России. А вот основной узел — сатуратор (то есть именно ту самую штуку, которая и газует воду) — решено закупать в Италии.

«В России производители автоматов для продажи газированной воды делают сатураторы самостоятельно, и качество в итоге оставляет желать лучшего, — объясняет Можар. Импортируем мы и оборудование для приема монет. Российского аналога не существует».

Сам же по себе механизм работы автомата не сложен. В него «загружаются» бутылки с водой (как в офисных кулерах), стандартный баллон с углекислым газом и ка-

нистра с сиропом. Эти три ингредиента смешиваются. На выходе получаем сладкую прохладную газировку, за которую в жару, как водится, отдашь последний пятак.

Напитки в «Газировкине» предполагается продавать «те самые», традиционные: «Тархун», «Байкал», «Ситро», «Буратино». Кроме того, разработчики предусмотрели модуль для продажи горячих напитков (опять-таки «в русском духе» — вроде сбитня, медового нектара или горячего чая из шиповника).

Сборку первой партии автоматов планируется завершить в июле и передать на тестирование клиентам из Москвы и области.

Планируется, что автомат будет стоить около 200 тысяч рублей. Но цена как таковая, полагает Можар, не так уж и важна. Главное, чтобы потраченные на покупку автомата деньги можно было вернуть за один-два сезона. А при условии установки в «проходном» месте — и за одно лето. «Съездите на ВДНХ, — рекомендует Можар, — там стоит много автоматов с газировкой. И они страсть как популярны, туда очереди выстраиваются. При такой востребованности автомат может продавать 300-400 стаканов в день. Каждый стакан — это от 7-8 до 15 рублей чистой прибыли. Очень интересные цифры, просто взглядейте».

Стакан газированной воды из автомата во многих регионах России стоит 5 рублей без сиропа. С сиропом — 10. В Москве эти цифры больше: 10 и от 15 соответственно. При этом себестоимость газированной воды с сиропом — 3-4 рубля. В итоге маржа может достигать 200-300%. «А в торговых центрах «МЕГА», — отмечает Максим Можар, — газированная вода в автоматах подается по 40 рублей за стакан при себестоимости в 5 рублей. Там почти тысячепроцентные наценки».

Основная расходная часть для владельца автомата — сироп. Но он легкодоступен — в России его выпускает множество предприятий — и довольно дешев. У предпринимателя могут, конечно, возникнуть сложности с поиском места. Но выбор большой: аппа-

рат может прижиться и в торговых центрах, и в парках, и просто на оживленных улицах. Стояли же такие автоматы в советские времена возле универсамов, кинотеатров, автобусных остановок. «В Москве на самом деле сейчас много свободных мест, — уверен Можар. — При советской власти в столице было 20 тысяч автоматов с газировкой, а сейчас — от силы 200-300».



“Максим Можар долго не хотел вступать в битву на незнакомом рынке. Но пришлось. Так у «Копиркина» появился младший брат — «Газировкин»”

У газировки из автомата, по мнению предпринимателя, есть преимущества и перед напитками «транснациональными» — той же «колой». И состоят они не только в том, что «кола» у многих уже «в печенках», а «ностальгическая волна» усиливается. Порой потребителям удобнее купить и выпить на месте стаканчик газированной воды, чем приобретать банку или бутылку большей емкости. Не следует забывать и о здоровом чувстве патриотизма. Уж «наша» газировка однозначно более шипучая! ■