



№ 26 3 квартал 2015 года

РОСШТАМП

Штемпельные парадоксы кризисного времени

Начало. Продолжение на стр.2

“Сон разума рождает чудовищ”

В последнее время, наблюдая за происходящим на рынке, складывается ощущение, что кризисному сознанию штемпелизготовителей свойственно причудливое соединение несоединимого. Чем серьезнее становятся кризисные явления, тем парадоксальнее штемпельная действительность. В этих парадоксах сегодняшнего дня мы и предлагаем разобраться!

ВСЕ ДОРОЖАЕТ - ПЕЧАТИ ДЕШЕВЕЮТ!

Начнем в сухих цифр, которые говорят сами за себя.

Модель	Год/цена	СЕНТЯБРЬ 2014 г.	СЕНТЯБРЬ 2015 г.
Trodat 4642	Курс валют на 1 сентябрь	127,0 руб.	135,0 руб.
	36,9		66,7
GRM 46042 Hammer		105,4 руб.	148,5 руб.
Shiny R542		117,0 руб.	156,0 руб.
	48,6		74,8
Colop Printer 40 cover		146, 00 руб.	164, 00 руб.

Считаем и получаем, что в то время как курс доллара вырос на 80%, а евро на 55%, цены на оснастку азиатских производителей подросли на 35% (Shiny) и 40% (GRM), а вот австрийских брендов всего лишь на 7% (Trodat) и 12% (Colop).

Совершенно очевидно, что за этот год прибыль поставщиков «автоматов» снизилась катастрофически... и это на фоне общего сокращения емкости рынка. Но, по всей видимости, самим поставщикам эта ситуация не кажется плачевной. В страхе потерять клиентов, они продолжают держать цены до последнего. Хотя на рынке, где всего 4 игрока, кажется, проще договориться, чем воевать!

Главным возмутителем спокойствия в последнее стала компания Trodat, добивающаяся экспансии рынка путем демпинга. Давайте порассуждаем вместе - к чему это может привести. Ясно, что демпинг в штемпельном бизнесе никак не способствует его развитию. Это простое «перетягивание одеяла» - то есть тех клиентов, которым цена важнее всего! Для этой категории штемпелизготовителей понятие «лояльность» - излишняя сентиментальность. Они будут кочевать от поставщика к поставщику, гоняясь за лучшей ценой. Сегодня они покупают Trodat, завтра Шайни по акции, послезавтра конфискат у Колопа и т.п. Сколько еще лет Trodat сможет работать на пределе цен, удерживая этих клиентов - вопрос сложный. Но как только австрийцы будут вынуждены поднять цены до уровня адекватности - число покупателей вернется к доакционному... а вот репутация «самой дешевой оснастки» сохранится надолго. Такая маркетинговая политика под условным названием «после нас хоть потоп» больше подходит для компаний-временщиков, а не для лидера рынка, выступающего для работы на перспективу!

Однако главное последствие такой политики в том, что она определяет общее «настроение» на рынке. Для рядовых штемпелизготовителей, особенно новичков дела, демпинг становится нормой, единственным инструментом «продвижения». И никто даже не задумывается о том, что в штемпельной рознице демпинг абсурден по двум причинам.



Во-первых, наш бизнес - это отрасль с низким порогом входа, где отвечать демпингом на демпинг не эффективно и бесперспективно. Победив одного противника, через день получишь трёх, т.к. инвестиции мизерные, а желающих заняться бизнесом с «прибылью 1000%» (цитата с сайтов бизнес-идей) с каждым днем все больше. Просматривая интернет-рекламу, создается ощущение, что производители просто соревнуются только в одном - у кого дешевле: «печать по 150 руб. с оснасткой», «печать по 100 руб. с доставкой», «печать за 80 руб!» и т.д. Вместе с тем, взывать к коллективному чувству самосохранения тоже бессмысленно, потому что пока игроков слишком много им никогда не удастся договориться о ценовой координации.

Во-вторых, на классических рынках ценовая война приводит к возрастанию спроса, потому что подешевевший товар становится доступен большому числу потребителей. На штемпельном же рынке низкая цена дополнительного спроса не рождает. Печать впрок не купишь! Но на рынке «убиваемом» демпингом рентабельность опускается до критического уровня и участники рынка неминуемо начинают экономить на всем. Через некоторое время это обязательно скажется на качестве услуг и самом уровне бизнеса. Яркий пример - на сайте одной подмосковной компании мы увидели вот такую новость «Уважаемые клиенты, в связи с кризисом теперь мы вынуждены снимать помещение только для производства и теперь работаем как интернет магазин».

Тем не менее, все ценовые войны, как и любые другие, могут закончиться миром. В оптовом штемпельном сегменте это более чем реально - игроков всего 4 и найти общий язык можно! В рознице мир устанавливается тогда, когда четыре-пять крупных игрока совместно начинают контролировать 60-80% рынка. В этом случае уже можно договариваться о едином уровне цен.

Оглянитесь вокруг! Цены растут на всё постоянно и серьезно! И только оснастка прибавляет по 7% при росте курса на 55%, а изготовление клише только дешевле! Если у вас есть этому логическое объяснение - выскажите его на штемпельном форуме www.pgraph.ru

Начало. Продолжение на стр.2

РИСКОВАННЫЕ ШАГИ В НЕСТАБИЛЬНОЕ ВРЕМЯ

Не менее странной ситуация выглядит и на рынке гравировального оборудования, который тоже столкнулся с разрушительной силой демпинга компании Тродат. В августе месяце штемпелеизготовители получили заманчивое предложение - приобрести гравер Trotec Speedy-100R C25 по фиксированной цене 790 000 руб. в беспроцентную рассрочку на 3 года. Причем ежеквартальный платеж может быть снижен почти вдвое при условии выполнения плана продаж продукции Trodat.

Напомним, что только в августе курс евро колебался от 66 до 81 руб. Как будет развиваться ситуация в этом году, а тем более в перспективе 3-х лет практически невозможно предсказать... Но компании Trodat/Trotec уверены в стабильном будущем и “раздают” граверы в буквальном смысле за полцены по весьма нейтральному договору.

По предположению участников рынка оборудования, граверы в этой ситуации стали просто “рекламной фишкой”, с помощью которой компания Тродат решила “подсадить” партнёров на свою продукцию. Не слишком ли большой рекламный бюджет для продвижения продукции, которая последнее время продается почти без наценки? Пока все эти действия походят на игру “пан или пропал”... только вот ее итог понятен сразу.

Однако на данный момент ясно одно - компания Тродат разрушила еще один рынок! На прошедшей в сентябре выставке “Реклама” основные поставщики оборудования, кулуарно обсудив сложившуюся ситуацию, пришли именно к такому выводу. Для каждого из них спад продаж оказался ощутимым не столько в связи с кризисными явлениями, сколько с акциями Trodat/Trotec.

Конечно, в кризисное время рискованные маркетинговые шаги становятся популярны и зачастую оказываются эффективными, только вот к штемпельному бизнесу, который мало изменился по последнему году, это вряд ли применимо. Усилия Trodat могут быть результативными только в одном случае - если с рынка уйдет кто-то из участников... А пока это даже сложно представить!

ВСЕ МОЛЧАТ, КОГДА НУЖНО “КРИЧАТЬ”!

В периоды обострения кризиса пресса полна статьями, авторы которых бьют в набат, рассказывая о проблемах в том или ином бизнесе. Их задача проста - привлечь внимание к тем секторам экономики, которые испытывают серьезные трудности и решение которых в силах, по крайней мере, самих участников рынка. Все прекрасно понимают, что под лежащий камень вода не течет... Понимают, по всей видимости, и лидеры штемпельного бизнеса, но при этом демонстрируют редкую солидарность в своем молчании. Трудно вспомнить более тихое в информационном плане время, чем сейчас. Разве что в первую половину года компания Color дали интервью канцелярскому portalу, обозначим свое отношение к кризису и своих планах на этот период. Приводим выдержки из этого интервью (полный текст на segment.ru).

- *Говоря о дне сегодняшнем, как кризис отражается на рынке печатей и штампов, ощущается на продажах?*
- *Наша продукция востребована только юридическими лицами. <...> экономить на содержании офиса, в первую очередь, начинают за счет канцтоваров. Наша продукция не исключение. Тем не менее, мы не считаем, что надо опускать руки и плыть по течению. Команда Color преодолела не один кризис и всегда при этом была в лидерах. Так будет и сейчас. В нашем распоряжении - целый набор акций и других маркетинговых решений, направленных на решение кризисных ситуаций.*
- *Есть ли какая-то корректировка ведения бизнеса в связи с сильными курсовыми колебаниями?*
- *Нет, мы давно отработали свою схему ведения бизнеса, придерживаемся ее, и не планируем что-либо менять, несмотря ни на какие кризисы!*
- *Изменилась как-либо политика дистрибуции в России?*
- *Жизнь вообще не стоит на месте. Меняется все. И дистрибуция штемпельной продукции по России в целом не исключение. <...> Если говорить о нашей дистрибуционной политике, то она претерпела некоторые изменения в середине 2011 года и больше не менялась.*

Вот так и живем. Кризис признаем. Необходимость действий признаем, но... менять ничего не планируем.

Полгода без печатей. первое столкновение с законом

С апреля этого года использование удостоверительных печатей для коммерческих организаций стало необязательным. Что произошло за это время? Как изменилось отношение заказчиков к печатям? Какие подводные камни приготовило новое законодательство?

Прежде всего, хотелось бы привести результаты опроса, которые опубликовал журнал Главбух.

Вы откажитесь от печатей?

60% - нет, не откажемся, оставим одну печать

36% - нет, не откажемся, у нас будет несколько печатей

4% - да, откажемся

Согласно аналогичному опросу предпринимателей, проведенному Агентством стратегических инициатив (АСИ), 63% респондентов знают о новом законе, отменившем с апреля 2015 года обязательность печати, но преобладающее большинство (более 90%) продолжают ее изготавливать. Причем такие результаты АСИ считает своей недоработкой: «К сожалению, ставшая необязательной процедура по изготовлению печати для хозяйственных обществ продолжает оставаться для большинства предпринимателей привычной и даже необходимой, - отметил Владимир Мелешин, участник рабочей группы. Так, 45% респондентов отметили, что изготавливали печать, потому что привыкли, а 39% опрошенных предпринимателей считают, что без изготовления печати деятельность организации станет невозможной. Это значительный показатель - а, значит, разъяснительную работу необходимо проводить как на федеральном уровне, так и на местах».



По факту можно сказать, что на сегодняшний день никаких ощутимых изменений в связи с законодательной отменой пока не замечено. Информированность юрицев о новом законе низкая, а страх "сделать что-то не так" очень большой. Во многом это связано с теми многочисленными юридическими коллизиями, которые возникли после принятия закона. Федеральный закон вступил в противоречие со многими подзаконными актами, в связи с чем юристы рекомендуют во избежание рисков все же заверять отчетность, документы, трудовые

книжки печатью. По всей видимости, пройдет ни один год, пока все эти разночтения будут устранены... и еще столько же, прежде чем на смену печати придет электронная подпись. Стоит ли в такой ситуации штемпелеизготовителям расслабляться - вопрос сложный. Наверное, в нынешней экономической ситуации отмена печатей не самое страшное зло. Однако для тех, кто думает на перспективу повод для размышлений все же есть.

А пока публикуем небольшую памятку для вас и ваших клиентов.

"ОТМЕНА КРУГЛЫХ ПЕЧАТЕЙ". ПАМЯТКА

ЮРИСТУ

1.1. О наличии печати у общества можно узнать из его устава

С 7 апреля 2015 г. ООО и АО не обязаны иметь круглую печать (Федеральный закон от 06.04.2015 N 82-ФЗ, далее - Закон). С этой же даты сведения о наличии печати должны содержаться в уставе общества. Отсутствие такой информации свидетельствует о том, что у юрлица нет печати. Вместе с тем обязанность уничтожить печать, если названные изменения не внесены в устав, не установлена. В случае если печать требуется согласно федеральному закону, оттиск печати, информации о наличии которой нет в уставе, не может ставиться для исполнения названного требования. Однако запрета на использование такой печати или ответственности за это не предусмотрено.

1.2. В каких случаях можно не ставить печать, а в каких она обязательна?

До вступления в силу Закона требование о наличии печати на документах содержалось в ряде федеральных законов, а также во множестве подзаконных актов. Согласно изменениям только установленное в федеральном законе требование о наличии оттиска печати является обязательным. В связи с этим перед обществами возникают два основных вопроса: в каких законах сохранилась обязанность ставить печать и как быть с аналогичными положениями подзаконных актов?

В ряде законов в положения о необходимости ставить печать внесены поправки. Например, теперь при подаче пакета документов для регистрации договора аренды зданий или сооружений, заключенного на срок не менее года, заверять печатью копии учредительных документов должны только те хозяйственные общества, в уставе которых есть указание на наличие печати. Для остальных обществ заверение печатью названных документов необязательно. В то же время печать по-прежнему нужна, например, для того, чтобы оставлять предмет залога у залогодателя под замком и печатью залогодержателя, а также для заверения образовательными организациями документов об образовании.

Сложнее ситуация с подзаконными актами, которые до сих пор предусматривают необходимость наличия у юрлиц печати. Например, для открытия расчетного счета юрлицу должно быть предоставлено в соответствующий банк карточка с образцами подписей и оттиска печати. Поскольку в Законе не указано, что обязанность использовать печать может быть закреплена в подзаконных актах, формально такие указания с 7 апреля 2015 г. не являются обязательными.

КАДРОВИКУ

2.1. Как заверять записи в трудовых книжках, если нет печати?

В связи с отменой обязательности печатей возникает важный вопрос о том, как оформлять трудовые книжки. По правилам их ведения при увольнении работника записи, внесенные в трудовую книжку за время его работы, заверяются печатью работодателя. Чтобы заверить данные о работнике на первой странице трудовой книжки или изменения, внесенные в эти данные (например, фамилии), можно воспользоваться печатью кадровой службы. Разъяснения Роструда позволяют сделать вывод, что заверение записей в трудовой книжке не круглой, а иной печатью работодателя не влечет нарушения прав работника, поскольку подтверждает факт его работы у данного работодателя. Печать должна содержать информацию о наименовании работодателя (юридического лица) и месте его нахождения.

2.2. Заключить трудовой договор можно и без печати

По общему правилу трудовой договор заключается в письменной форме и подписывается сторонами. На практике принято также ставить на трудовых договорах печать организации. Между тем законодательством требование заверять данный акт печатью не предусмотрено.

БУХГАЛТЕРУ

3.1. Для организаций, имеющих печать, сведения о которой есть в уставе

3.1.1. Что будет с расходами, если у контрагента нет печати?

Ни в Налоговом кодексе РФ, ни в Законе о бухучете не установлено, что на первичных учетных документах, подтверждающих, в частности, расходы в целях налогообложения прибыли, должна быть поставлена печать организации. Однако требование обязательно заверять печатью первичный документ может следовать, например, из порядка заполнения формы такого документа, либо самой унифицированной формы, либо формы первичного документа, разработанной налогоплательщиком.

Если контрагент не заверит первичные документы печатью в тех случаях, когда это необходимо в силу применяемой формы, то налоговый орган, вероятно, будет чаще доначислять налоги, считая, что компания не проявила должной осмотрительности либо получила необоснованную налоговую выгоду. В связи с этим во избежание рисков можно рекомендовать налогоплательщикам просить контрагентов ставить на документах печать, если в соответствии с формами такое заверение предусмотрено. В ином случае следует убедиться в том, что формы, утвержденные контрагентом, не требуют обязательно заверять их печатью.

3.2. Для организаций, имеющих печать, сведений о которой нет в уставе, а также для вновь создаваемых компаний

3.2.1. Как быть, если без печати инспекция не принимает отчетность?

Налогоплательщик обязан подать в инспекцию декларацию по форме, утвержденной ФНС России по согласованию с Минфином России. В случае когда организация представляет отчетность на бумажном носителе, необходимо ставить печать. Такое правило содержится в утвержденных налоговым ведомством указаниях по заполнению форм деклараций (например, отчетности по налогу на прибыль или налогу на имущество организаций). Следует иметь в виду, что сейчас отсутствие печати на подаваемой организацией декларации является одним из оснований для того, чтобы инспекция отказалась ее принимать.

3.2.2. Что делать с отчетностью по страховым взносам?

Закон о страховых взносах не содержит требования о заверении отчетности по взносам печатью. Отсутствует такое требование и в порядке заполнения формы РСВ-1 ПФР. При этом в самой форме указано поле для печати, а ее отсутствие на расчете, представляемом организацией в ПФР, является основанием для отказа в приеме документов. Кроме того, вносимые при заполнении расчета исправления должны заверяться печатью.

3.2.4. Нужно ли ставить печать на доверенности представителя организации?

По общему правилу в налоговых правоотношениях от лица организации может участвовать уполномоченный представитель на основании доверенности, выданной в соответствии с гражданским законодательством. В настоящее время в ст. 185 ГК РФ отсутствует требование о наличии печати на такой доверенности.

3.2.5. Должна ли использовать печать организация, применяющая ККТ?

Несколько случаев использования печати установлены Указаниями по применению и заполнению форм первичной учетной документации по учету денежных расчетов с населением при осуществлении торговых операций с применением контрольно-кассовых машин (например, при подготовке журнала кассира-операциониста). Исходя из формулировки нового положения эти ситуации не подпадают под обязательные случаи использования печати, поскольку предусмотрены подзаконным актом, а не федеральным законом.

II штемпельная онлайн выставка: НОВИНКИ, ДИСКУССИИ,



В июле этого года состоялась вторая штемпельная он-лайн выставка. Может показаться, что время для ее проведения было выбрано не самое удачное, однако это было сознательное решение - попытка оживить обычно тихий летний сезон, а также возможность в спокойном режиме, без осенне-зимней суеты обсудить профильные темы.

В целом можно сказать, что выставка состоялась! За эти 3 дня в разделе выставки на штемпельном форуме www.pgraph.ru/forum было зафиксировано 713 уникальных посетителя и 13 627 просмотров страниц. Также приятен и тот факт, что выставку посетили штемпелеизготовители почти из всех регионов страны.

В этом году на выставке был представлен расширенный состав участников, каждый из которых презентовал свои новинки. Виртуальные стенды до сих пор доступны для просмотра на штемпельном форуме. Но для тех, кто по каким-либо причинам не смог посетить выставку, мы предлагаем краткий обзор по ней.

Впервые в рамках выставки прошел дискуссионный клуб, на котором обсудили актуальные проблемы: кризис, отмена печатей, конкуренция и др. Наибольший интерес, как и ожидалось, вызвала тема конкуренции в условиях кризиса.

Тема: “КРИЗИС. ПРОГНОЗЫ И ИДЕИ ВЫЖИВАНИЯ”.

В этой теме на обсуждение были вынесены следующие вопросы:

- С какими проявлениями кризиса столкнулось ваше предприятие: сокращение количества заказов, экономия клиентов и т.п.?
- Какие действия в связи с этим вы предпринимаете: сокращаете издержки и зарплаты, активизируете работу с клиентами, диверсифицируете бизнес, просто выжидаете время?
- Какие “рецепты выживания” вы для себя открыли в этот кризис?
- Какой поддержки вы ожидаете от лидеров штемпельного бизнеса - компании, которые осуществляют поставку продукции и определяют рынок?

Большинство участников обсуждения на вопрос - как они планируют выживать в кризис - ответили, что их главный рецепт - работать больше и лучше! В тоже время, предложения свелись к одному - лоббировать возвращение лицензирования штемпельной деятельности. Вот такое противоречивое восприятие действительности. С одной стороны есть понимание, что нужно трудиться, с другой - желание, чтобы кто-то сверху все решил... и “жить стало лучше, жить стало веселее”.

PLAYANGEL

Крупным воротилам бизнеса пора бы и задуматься о лоббировании всеобщих интересов штемпелеизготовителей:

- Вернуть Лицензирование (сразу снимется проблема “печати за 100 на кухне”).
- Вернуть прозрачность заказов и лоббирование отмены Тендерных Закупок.

Тема: “ОТМЕНА ПЕЧАТЕЙ. ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ У ШТЕМПЕЛЬНОГО БИЗНЕСА?”.

Здесь участники выставки высказывались по вопросам:

- Когда, по вашему мнению, рынок ощутит последствия нововведения?
- Планируете ли вы принципиальные изменения в своей компании в связи с новым законопроектом (закрытие, диверсификация и т.п.)?
- В каком направлении будет развиваться ваш штемпельный бизнес в ситуации сокращения заказов на круглые печати?

Все сошлись во мнении, что последствия закона об отмене печатей, если и будут ощутимы, то в перспективе 5-10 лет. Есть понимание, что нужно предпринимать как-то действия, но никто не может сформулировать какими конкретно они должны быть.

GRM

В условиях нашей российской действительности переход на работу без печатей произойдет лет через 10-15. Мы живем не в Европе, нет такого доверия друг к другу, в регионах Интернет-покрытие развито недостаточно, и самое существенное, что стоимость владения ЭЦП около 6000 руб. в год несоизмерима со стоимостью мастичной печати. Как мы видим, основная идея закона не в том, что печать упразднена, а в том, что ей найдена современная альтернатива – ЭЦП, с помощью которой есть возможность отправки юридически значимых документов, ей подписанных, электронным способом. Пройдет немало времени пока во все законодательные акты будут внесены соответствующие изменения. (Для получения самой ЭЦП требуется печать.)

Тема: “РАЗУМНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В КРИЗИС. ДАВАЙТЕ ДОГОВАРИВАТЬСЯ!”.

Эта тема вызвала самые активные обсуждения. Интересно то, что с усилением кризиса взгляд на конкуренцию и демпинг начинает меняться. Все больше становится сторонников повышения цен и тех, кто осуждает коллег-“надомников”, предлагаю неординарные способы борьбы с ними.

JNS

За конкурентов нет смысла беспокоиться. Не хотят получать нормальную прибыль - пусть работают по себестоимости, считают копейки и проклинают кризис.

avdeev

Я в лице Типографии “Братья Пилоты” (Иркутск), о которой здесь упоминалось, совершенно не против поднять цены в 2 раза, но боюсь, люди не поймут. В своем ценообразовании мы руководствуемся “лидером номер 1”, который цены не поднимает категорически годами.

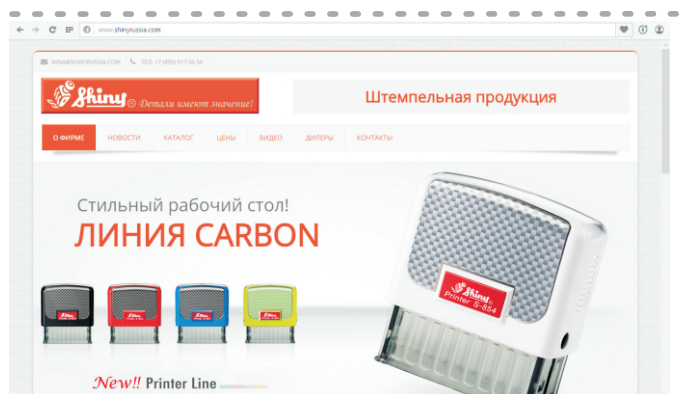
Pg38

Цена и продажи не имеют линейной зависимости. Готов поспорить, что при цене 300 рублей на автомате количество клиентов удвоить вы не сможете!

JNS

Я предложил бы объединиться в некую гильдию производителей печатей и штампов.

Что это даст: 1. Совместная реклама и поддержка цен, 2. Обмен опытом, 3. Юридическая помощь, 4. Кооперация в региональных тендерах и т.д.



Новый сайт!

shinyrussia.com

Stock stamp

Антикризисное предложение.

Оснастка “эконом” формата, которая не уступает по качеству стандартным моделям.

S-222 - размер 38x14 мм

S-223 - размер 47x18 мм

S-224 - размер 58x22 мм



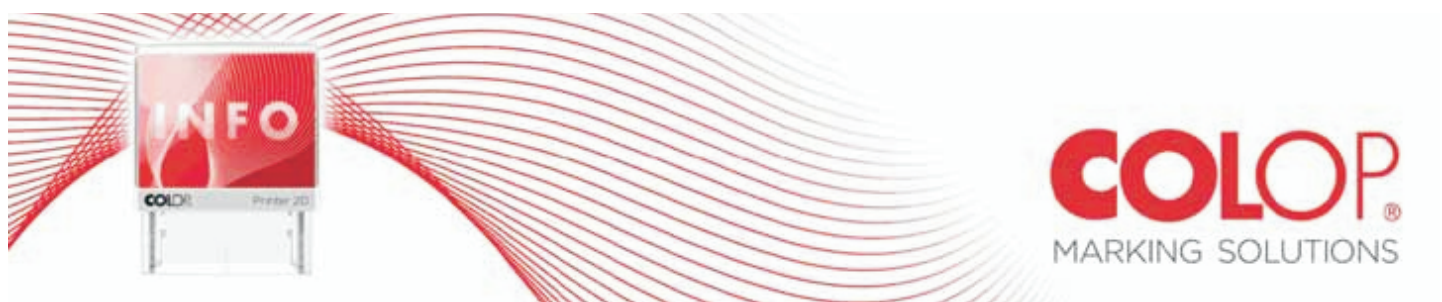
TR1-45

Оснастка для треугольного штампа
Уже в продаже!



Handy stamp

Обновленный дизайн.
Размерный ряд без изменений.
Уже в продаже!



**СПЕЦИАЛЬНАЯ СКИДКА
НА ОСНАСТКИ НОВОЙ СЕРИИ PRINTER!**



Уважаемые партнеры,
рады сообщить вам об очередной акции компании КОЛОП:
в период с **01 октября 2015 по 31 декабря 2015** года действуют
дополнительные скидки до 25% на все оснастки новой серии Printer.

Новый COLOP Printer сочетает в себе все преимущества самоокрашивающегося штампа и современный выдающийся дизайн. Многочисленные запатентованные инновации и интересные технические находки гарантируют более легкое и точное проставление оттиска.

Эта серия оснасток позволяет оптимизировать складские запасы:

- старая система складирования: 6 моделей x 8 цветов = 48 единиц товара
 - новый концепт: 6 размеров x 2 цвета рамки = 12 единиц товара
- Каждый размер производится с белой и черной рамкой. В комплекте 4 цвета вкладыша. Благодаря этому можно получить 8 цветовых вариантов.

Оснастка
с черной
рамкой

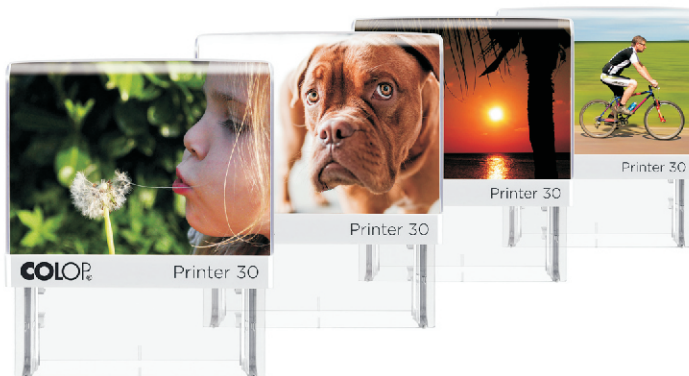


Оснастка
с белой
рамкой



**Супербольшое информационное
окно позволяет персонализировать
оснастку, тем самым делая ее
уникальной... как ты!**

Можно создать вкладыш в корпоративном
стиле компании, с рекламным текстом
или разместить в нем свою личную
фотографию.



Подробности акции вы можете узнать у своего менеджера.

Компания КОЛОП

125057, г. Москва, Чапаевский переулок, дом 3
Тел. (495) 223-84-30, 223-84-20

e-mail: manager@colop-m.ru

«Новая волна» штемпелеизготовителей: КТО ОНИ?

В последние 3-4 года интернет пестрит статьями о штемпельном бизнесе с нуля, рекламой новых франшиз, бизнес-планами для получения субсидий от Центра занятости, а в регионах появляется все больше вывесок “Печати и штампы”. Количество новых игроков на рынке становится настолько заметным, что вызывает беспокойство “ветеранов”. Мы решили приглядеться к штемпелеизготовителям “новой волны”, чтобы понять - кто они и как изменится рынок вместе с ними!

Приступить к изучению вопроса решили по-простому - погуглить интернет по запросу “печати и штампы бизнес с нуля”. И тут, конечно, мы узнали, что работаем в самом престижном, высокоприбыльном и быстрокупаемом бизнесе... и другие виды бизнеса нам завидуют! Главным рекламный посыл всех статей можно сформулировать так: “займись простым и прибыльным бизнесом с наценкой 1000%”. Несмотря на то, что цифра 1000% не имеет никакого отношения к реальности (и это можно понять, имея даже мизерный бизнес-опыт), молодые горе-предприниматели активно “клюют” на эту наживку, вкладывая в новое дело честно накопленные 20, 30 и даже 50 тыс. руб.

Пересказывать эти бизнес-статьи дело сложное - лучше их процитиро-

Изготовление печатей - это несложный, но прибыльный бизнес, для начала которого потребуются небольшие инвестиции. Зато окупаемость в этом бизнесе не больше двух месяцев! И это понятно, ведь печать, себестоимость которой 10 рублей, продается примерно за 100-600.

Достаточно зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя, снять небольшое помещение, купить компьютер, лазерный принтер и специальное оборудование, дать рекламу и все, можно работать!

Конкуренция на этом рынке высока, но не везде. Таковой отличается, прежде всего, столичный рынок. В регионах она сказывается больше объеме заказов, чем на ценовой политике, ведь до столичного насыщения региональному рынку еще далеко.

Самым главным недостатком этого вида заработка является непостоянство клиентского потока. По словам предпринимателей, даже у фирм, которые уже не первый год занимаются изготовлением печатей, бывают периоды, когда клиентов просто нет. Однако отсутствие заказов в этом бизнесе пережить гораздо проще, чем в любом другом, т.к. нет клиентов - нет расходов.

По итогам прочтения этих статей становится страшно за людей, кто строит свой бизнес по такого рода рекомендациям. И вроде бы в этой ситуации хочется порекомендовать начинающим предпринимателям не набивать собственные шишки, а купить франшизу. Однако изучение франчайзинговых предложений, коих сейчас стало предостаточно, оставляет весьма удручающее впечатление. Нас, как владельцев франшизы “ПолиграфичЪ”, конечно же, обвиняют в предвзятом отношении, но мы старались смотреть на альтернативные бизнес-предложения со стороны. Предлагаем и вам сделать собственные выводы. Приведем несколько цитат и фото.

Пожалуй, самая активная в последнее время франшиза - “Печати 5”. Она ориентирована на молодых людей, кому надоело ходить на работу каждый день и они мечтают о непыльном бизнесе, приносящей доход в пределах среднеменеджерского оклада.

Кратко эту франшизу можно охарактеризовать так: дешево, дома, вконтакте. Ну а больше о франшизе могут сказать только ее покупатели, благо сайт Печати 5 радует текстами их отзывов (стилистика и пунктуация сохранены):

Арсений Синкевич, 24 года, г. Волгоград

За свою жизнь я много кем успел поработать: продавцом, водителем, кладовщиком... Но я понимал что кем бы я не работал - перспективка работать на кого то меня мало устраивала. Тут Сергей Клименко, мой хороший знакомый предложил купить его франшизу. Я думал недолго, Серегу я давно знаю, да и фишку он не предложит. Я занял денег, купил франшизу и специально уехал развивать этот бизнес из Питера в Волгоград. Я очень рад, потому что надо мной нет теперь начальника и я сам себе хозяин.

В прошлом месяце вышел на прибыль в 50 000 рублей, для Волгограда хорошие деньги. В этом месяце уже снимаю офис, уже обо всем договорился.

Сергей Новосёлов, 32 года, г. Киров

Данную франшизу мне посоветовал мой бизнес тренер у которого я проходил курс по старту бизнеса с нуля. Сказал что его хорошие друзья продают очень интересный продукт практически по себестоимости. Я долго изучал рынок, не мог поверить что с такой конкуренцией, как в моем городе печати будут хорошо продаваться. Да и в целом эта идея казалась мне сомнительной. Но желание работать на себя было выше. Я нашел всех кто купил уже эту франшизу и со всеми пообщался. И какого было мое удивление, когда я узнал что парни, работая дома и особо не напрягаясь зарабатывают по 50-70 тысяч рублей ежемесячно! Можно сказать буквально “сидя в трусах”!



Все это напоминает ситуацию с такси. Мужчины, не имеющие работу, но располагающие транспортным средством, сегодня работают в такси, и тоже рассказывают истории о том, как они не напрягаются и зарабатывают по 50-70 тыс. руб. А мужчины, желающие сидеть “дома в трусах”, по всей видимости, массово выбирают изготовление печатей и штампов. Печально все это.

Франшиза “Министерство штемпельной продукции” из Астрахани (она же франшиза “Печать”) - другое многообещающее предложение для инвесторов. Согласно ее рекламному тексту, ваше штемпельное предприятие окупится за 2-3(!) месяца благодаря наценке в 1000%. Нужно сказать, что такие цифры скромничают озвучивать даже самые популярные франшизы! Но Министерству скромность не к лицу - в описании франшизы много “креативных” формулировок:

“...представьте, какая реакция будет у них когда вы скажете что свою печать вы заказали в МИНИСТЕРСТВЕ штемпельной продукции. Чувствуете разницу?”

“А как вам 150-200-300 оснасток на выбор??? А сотня готовых макетов на любой вкус и кошелек? Каково!!”

“Наши эксперты всегда готовы дать квалифицированную консультацию в сфере своей компетенции. Это грандиозно и бесплатно!”

“За 5 лет работы мы наработали огромный опыт в области продаж, производства, логистики и готовы поделиться этим с нашими франчайзи. Очень круто!”

Ну и конечно, финальный акцент после всех “круто, грандиозно и бесплатно” - это фото девушек с оснастками! Видимо, для тех, кто еще сомневается в выборе при виде фото подвального салона.



К списку желающих продавать “успешную бизнес-модель” можно добавить еще компанию “А-мир” (Агентство печатей и штампов), которая позиционирует себя как мультибрендовую сеть штемпельных салонов (30 салонов по Республике Башкортостан) с широким ассортиментом печатей и штампов. Всем желающим присоединиться компания предлагает заплатить паушальный взнос 300 000 руб., а также ежемесячно отчислять роялти - 5% от дохода (как франчайзер планирует контролировать доход своих франчайзи не сказано). Учитывая фантастичность условий, а также тот факт, что о франшизе нет никаких упоминаний кроме как на сайте компании, можно заключить, что действующие “салоны” работают по простой агентской схеме и представляют собой точки приема и выдачи заказов. Если мы ошибаемся, то нам было бы интересно увидеть хотя бы одного франчайзи “А-мир”, заплатившего 300 000 тыс. руб. первоначального взноса.

По итогам изучения всех новых франшиз вспомнилось то, как компания ПолиграфычЪ 8 лет назад презентовала свое первое франчайзинговое предложение на рынке. В то время от коллег мы не услышали ни одного положительного отзыва. Ругали всё - от содержания, упрекая, что мы продаем воздух, до оформления витрин и цвета стен. Спустя 7 лет мы увидели альтернативные предложения, в том числе тех коллег, которые громче всего заявляли о своем негативном отношении к бизнесу по франчайзинговой модели... И хочется сказать очень резко. Нам стыдно за наших коллег. Смотря презентационные видео и фото, читая тексты и отзывы - нам становится неудобно... И очень жаль, что сами разработчики новых франшиз, по всей видимости, не испытывают чувство неловкости, публикуя фото грязных производственных столов и полуподвальных офисов, рассказывая про прибыльность в 1000% и сам бизнес как “не требующий усилий”.

Какое будущее у таких предприятий - думайте сами. У нас вопросов больше не к ним, а к лидерам рынка. Как ни крути, но именно они определяют стандарты торговли! Если Тродат, Колоп, Шайни, ГРМ такие игроки уstraивают, и их даже делают региональными дилерами, то, наверное, не стоит задуматься о будущем рынка.



Франчайзинговые салоны, открытые по успешной “бизнес-модели” в вашем городе.



ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ В КРИЗИСНОЕ ВРЕМЯ

GRM R40 Tablet



GRM R40 Office



GRM 46040 Plus



HUMMER GRM 46040 Hummer



NEW оснастка с автоматической фиксацией



HUMMER GRM 46042 Hummer



- 1 Установка в положение автоматической фиксации осуществляется нажатием на ножку
- 2 Наличие положения автоматической фиксации позволяет легким движением в бок вытащить подушку для дозаправки или замены
- 3 Нажатие на фиксатор возвращает оснастку в рабочее положение

Полиграфыч в Иркутске. 3 года в сложное время

В этом году исполняется 3 года франчайзинговому салону “Полиграфыч” в г.Иркутск. Вы можете спросить - почему статья именно про этот салон? Просто за эти годы Иркутск - первый случай, когда франчайзи, а именно директор Иван Стороженко, сам выступил инициатором статьи. Конечно, мы не могли оставить без внимания такую инициативу.

Салон в Иркутске - это тот случай, когда 3 года оказались очень долгими. Само решение о приобретении франшизы было сложным, а начало работы выпало на тихий сезон, да и резервные средства закончились быстрее планируемых сроков. Одним словом, кризис первого года переживался особенно сложно. Под кризисом первого года мы имеем в виду время, когда в открытие предприятия вложены уже серьезные средства, а результат пока не очевиден. Как следствие, франчайзи покидает вера в собственные силы, энтузиазм сменяется отчаянием, опускаются руки. Как раз в такие периоды обостряются отношения с франчайзером, который начинает восприниматься причиной сложной ситуации. Самое главное, что сделал в такой период Иван - он не молчал. Благодаря этому мы смогли найти решения, чтобы салон продолжал работу.

Нельзя сказать, что все действия руководства Иркутского офиса нами полностью поддерживались. Мы до сих пор не одобряем выбор и оформление помещения. Но, надеемся, что в ближайшее время наши рекомендации будут услышаны!

Накануне Нового года мы поговорили с Иваном о том, что было за эти 3 года и какие надежды он возлагает на будущее. Во время ответов на вопросы Иван находился на отдыхе во Вьетнаме, поэтому был краток.



Иван, в этом году вашему салону исполняется 3 года. Если сказать, что эти годы были сложными — не сказать ничего. По итогам первого года работы вы были готовы к отчаянному шагу — закрытию бизнеса. Сейчас все чаще и чаще мы получаем от вас позитивные новости. Что произошло? Просто прошло время или нарабатался опыт?

Главное, что произошло - это получен опыт ведения СОБСТВЕННОГО бизнеса. Точкой отсчета считаю 22.11.2012 года – день регистрации своего дела. Но до этой даты была проделана большая работа, в том числе и две мои поездки в Киров.

Основная ошибка на старте, наверное, это ожидание быстрой прибыли.

Важной стала дата 31.12.2013. Закончился напряженный год, впереди каникулы – в кармане пусто, долги и призрачные перспективы. Хотелось всё бросить, снять груз ответственности.

Но за новогодние праздники было принято решение работать дальше. Был заключен первый крупный договор (пришёл ответ о победе в конкурсе), получилось вдвое уменьшить аренду (на компромисс пошёл собственник), а также была получена большая партия оснасток на условиях отсрочки оплаты от франчайзера.

Из наших франчайзи вы, наверное, один из немногих, кто работает преимущественно с корпоративными клиентами. Это дело благодарное, но сложное.

Касаемо клиентов. Очень большой вклад в развитие корпоративного направления сделала наш первый менеджер - Дамбаева Сыхидма Базаровна. Именно она привела много корпоративных клиентов. Жаль, что у неё не хватило терпения - дожидаться дивидендов от проделанной работы.

Что касается розницы, то с ней я почти не работаю из принципиальных соображений. Сегодня в условиях демпинга и высоких расходов на рекламу - это работа ради работы.

Вы активно общаетесь с франчайзи из вашего региона, в частности, с ПолиграфычЪ-Байкал. Это профессиональное и личное общение как-то помогает вам?

С Борисам регулярно созваниваемся. Когда получается – выручаем друг друга, где делом, где советом.

В этом году вы предприняли попытку найти общий язык с основными участниками штемпельного рынка Иркутской области, обсуждали с ними необходимость повышения цен в кризис и т.п. Удалось ли вам найти понимание? И как изменилось ваше представление о региональном рынке после этих встреч?

Время потрачено не зря. Не буду раскрывать названия и имена с кем общался.

Итоги по моей фирме следующие:

- значительно увеличена стоимость дубликатов
- поднята планка по ценам для корпоративным клиентам, как итог отказ от участия в нескольких крупных конкурсах по Иркутской области.

Моя позиция.

У меня есть устоявшийся коллектив. Я вполне способен обеспечивать их работой с высокой для себя маржой и считаю пустой тратой времени наращивать рабочие места, наращивать выручку путём демпинга, тратить своего времени больше, а получать ту же прибыль!



Штемпельный бизнес. Версия 1881

У нас в руках оказалось совершенно удивительное издание - книга под названием “Как делать штампы с прибылью” (**How to Make Rubber Stamps for Profit**), изданная в Нью-Йорке в 18891 году. Пролитьвать ее, читать и разглядывать иллюстрации - это отдельное удовольствие, не говоря уже о том, что книга - замечательный документальный источник для изучения того, как зарождался штемпельный бизнес.

Книга была издана компанией-изобретателем и производителем оборудования, которое значительно ускорило и упростило процесс изготовления штампов. Фактически, брошюра как инструкция прилагалась к оборудованию и рассказывала о том, как начать штемпельное дело. Проводя параллели с современностью, можно сказать, что это практически штемпельная франшиза! В книге детально описываются не только производственные моменты, но приводятся примеры шрифтов, макетов, типовой прайс-лист, раскрываются секреты рекламы.

Поразительно, насколько много общего можно найти между 1881 годом и сегодняшним днем. Начиная с общего “бизнес-посыла” о том, что штемпельное дело - это бизнес с малыми вложениями и большой маржой, заканчивая конкретными деталями - например, было удивительно увидеть в книге рисунок ручки-штампа как весьма ходового товара.

Жаль, что в рамках газеты нельзя опубликовать всю книгу в переводе. Мы постараемся на форуме www.pgraph.ru/forum периодически публиковать выдержки из книги. Следите за новостями!

Оборудование для производства штампов, продавшееся всего за \$10 и открывавшее новые возможности для развития штемпельного бизнеса.

STAMP MANUFACTURER'S SUPPLIES.	
PEN AND PENCIL STAMPS.	
Imperial, best quality,.....	Per doz. \$0 75
MIDGET SELF-INKERS.	
No. 1, Plain.....	Per doz. \$1 75
" 1/2, ".....	2 25
" 2, ".....	3 00
" 3, ".....	3 75
" 4, ".....	5 00
TIP TOP LINEN MARKERS.	
No. 2,.....	Per doz. 1 25
LAUGHTON SELF-INKING PADS.	
No. 1,.....	Per doz. 1 50
" 2,.....	1 75
RUBBER STAMP INK, any color.	
	Per doz.

Выдержка из прайс-листа

YOU CAN MAKE MONEY

Manufacturing Rubber Stamps. Very little capital is required to make a start in the business, and with good tools and appliances for doing the work, stamps can be made very rapidly, and at a large profit. It is surprising, the amount of work that can be turned out with one of our \$10 Outfits. To those who are not familiar with the process of making Rubber Stamps, it may seem that a press 3 x 4 inches must be but little more than a toy; but such is not the case. With a printing press, only one job can be worked at a time; while, in a Rubber Stamp Press and Vulcanizer, all the jobs that can be crowded closely together in the chase are Moulded and Vulcanized at one operation, and all finished together in from one to two hours. In this way, \$10 to \$15 worth of Stamps can be easily made in one form in our \$10 Outfit. In fact, our Outfits are just about double the size of any others that are sold at the same price.

Rubber Stamps, like electrical machinery, etc., are of modern invention, and the field for their sale is unlimited. Previous to 1876, Rubber Stamps for printing were unknown.

In any city or town, a Rubber Stamp Manufacturing Outfit will pay you well from the start; and, if you are the first one in the business in the place, you will have a good opportunity to have a monopoly of the trade. Even if there are others in the business near to you, using the old style outfits and old style methods, with one of our Outfits you can make Stamps better and more rapidly than they can, and easily get the best and most profitable business.

ВЫ МОЖЕТЕ ЗАРАБОТАТЬ ДЕНЬГИ НА ШТАМПАХ

Требуются очень **небольшие инвестиции**, чтобы открыть мастерскую по производству штампов. Хорошие инструменты и оборудование для изготовления позволяют делать штампы очень быстро и **иметь хорошую прибыль**. Это удивительно, но весь объем работ можно выполнить с помощью комплекта 10-долларового оборудования. Для тех, кто не знаком с процессом производства штампов, может показаться, что пресс 3x4 дюйма это не более, чем игрушка, но не в этом случае. С помощью печатного пресса можно делать только одну операцию, в то время как пресс-вулканизатор позволяет изготовить штампы за 2 часа. Фактически, на нашем 10-долларовом оборудовании вы сможете сделать в 2 раза больше штампов за одно и тоже время и цену!

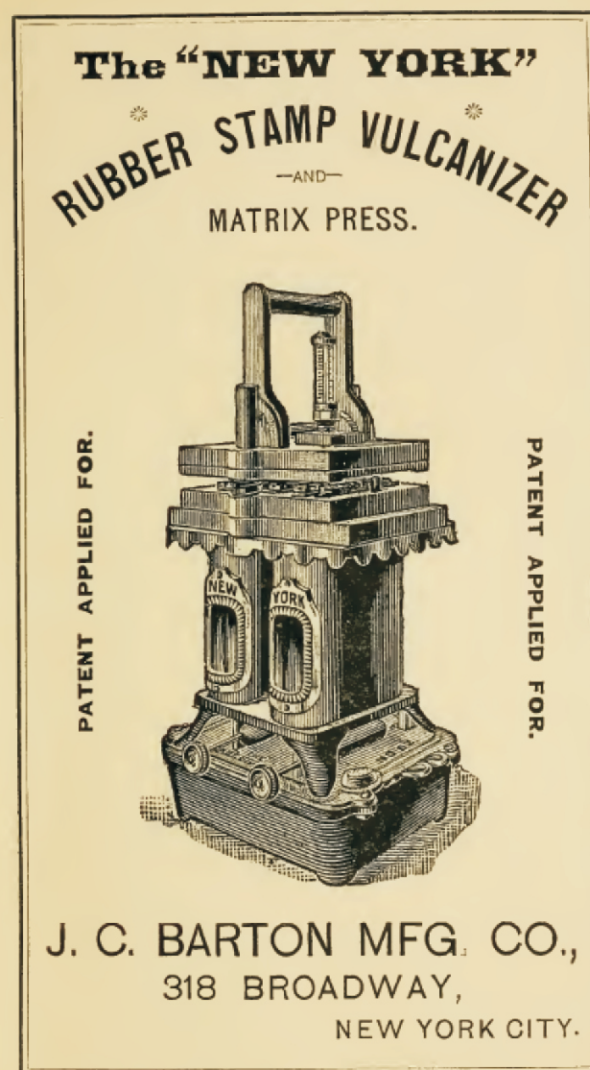
Для начала бизнеса в городе или поселке вы можете купить оборудование для производства штампов. Если вы будете первым в своем регионе, то у вас будет хорошая возможность стать монополистом. Если же рядом с вами будут другие компании по производству штампов, которые пользуются старым оборудованием и старыми методами, вы сможете делать лучше, больше и быстрее, чем они и с легкостью создать лучший и самый прибыльный бизнес.

Между этой книгой и сегодняшним днем - 2,5 века. Удивительно, что общие подходы не изменились: дешевое оборудование, малые трудозатраты, высокая прибыль. Даже маркетинговые инструменты остались неизменны - прямые продажи! Вот такая история успеха рассказывается на страницах этого изделия:

“Один молодой человек организовал специфицированную мастерскую “Midget” по производству штампов. Его план развития был таким. Весь год он путешествовал и останавливался только в городах с населением 5 000 человек и более. В день он собирал от 10 до 30 заказов от населения (юристы, доктора, банкиры). После 4 часов дня он шел в отель и делал заказы. В одном городе он никогда не задерживался более чем на день после завершения всех заказов.

Если у вас нет возможности путешествовать, то вы можете привлечь агентов в разных городах, которые будут принимать для вас заказы. Многие компании будут рады вам в этом помочь.

Делайте свою работу хорошо и по хорошей цене - и у вас будет всегда отличный и стабильный бизнес!



How to Make Rubber Stamp for Profit.

By J.Clark Barton a old and experienced Rubber Stamp Manufacturer, senior member of the firm of J.C. Barton&Co., manufacturers of Fine Rubber Stamps, New York City.

New York 1891

! Товар месяца

РУЧНАЯ ОСНАСТКА ДЛЯ ШТАМПОВ

Цвета осени

СДЕЛАНО
В РОССИИ

Размеры:

26x09 мм • 38x14 мм
41x24 мм • 47x18 мм
49x28 мм • 56x26 мм
56x33 мм • 58x22 мм
60x40 мм • 68x47 мм
70x25 мм • 70x50 мм

ВСЕГО
15
руб.

Согласно условиям акции - сочетание цветов в оснастке не обсуждается с клиентом и является случайным. Акционная цена является единой для всех размеров и не зависит от суммы заказа.

Он-лайн магазин www.pgraph.ru

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ "РОСШТАМП"

Тираж - 4000 экз. Распространяется бесплатно.
Учредитель - ООО "Полиграфыч". Адрес: 610000, Киров, ул. Ленина, 65. Тел. (8332) 64-79-75.
Главный редактор - Титова А.Л. marketing@pgraph.ru