



РОСШТАМП

№ 23 1 квартал 2014 года

Слово редактора

Я не писала слово редактора, наверное, с первого выпуска газеты. Сегодня впервые за 8 лет возникла потребность сделать вводное слово к этому номеру, чтобы передать общее настроение, с которым он создавался. А настроение, нужно отметить, не самое оптимистичное.

Этот номер «Росштамп» самый жесткий по интонации и тем вопросам, которые мы попытались затронуть. Эта жесткость в равной степени адресована как лидерам рынка, коллегам по цеху, так и самим себе. Она обусловлена теми внешними экономическими и геополитическими обстоятельствами, которые неминуемо влияют на все сферы нашей жизни, в том числе и штемпельный рынок. Сегодня уже почти очевидно, что 2014 год станет годом, который принципиально изменит облик штемпельного бизнеса. Снижение спроса достигло критического уровня и даже безумный демпинг, практикуемый многими на волне отчаяния, не спасает положение дел. Усугубляющийся кризис рано или поздно вынудит каждого из нас выйти из зоны комфорта и принять принципиальное для своего бизнеса решение. Каким будет это решение – пытаться развиваться, закрываться или туго затянуть пояса – покажет уже ближайшая перспектива.

Однако крайне важно именно в таких ситуациях услышать слово лидеров рынка. От их политики, поддержки и дальновидности во многом будет зависеть будущее рынка. Рядовым штемпель-изготовителям сейчас позволительно находиться в состоянии растерянности, а вот для лидеров отрасли – это серьезная опрочеченность. Перед тем как взяться за написание этого выпуска, я еще раз пересмотрела сайты всех лидеров. Новости на них не обновлялись с начала года! У Color по-прежнему опубликована информация об акции Power Point IV без какого-либо объяснения причин ее отмены, у Trodat бесконечные распродажи «Купи то – получи это», у GRM очередное обновление одной из бесчисленных линеек оснастки, у Shiny – новости о поступлении в продажу прошлогодних новинок. По сути, представители всех штемпельных брендов сделали молчание и игнорирование принципами своей маркетинговой политики. Очень хочется верить, что такое поведение не умышленное.

Я точно знаю, что все лидеры рынка регулярно читают и газету, и форум. Но каждый по своим причинам предпочитает не участвовать в дискуссиях, не вести публичный диалог со своими клиентами, партнерами. Может быть настало то время, которое требует забыть все разногласия и сесть за стол переговоров? Что еще должно произойти кроме сокращения рынка на 30%, перспективы отмены печатей и повсеместного ценового абсурда, чтобы личные неприязни уступили место желанию спасти рынок?

Основные участники рынка занимаются штемпельным делом уже более 20 лет. Это целая жизнь... Наверное, очень важно осознавать, что дело всей жизни развивается и имеет более или менее ясные перспективы. И только в силах лидеров бизнеса, чьими усилиями он создавался в 90-е годы, задать ему вектор развития на следующие 20.. или хотя бы 5 лет!

*Анна Титова
главный редактор*

Внутри кризиса: курс на выживание.

Начиная с 2008 года в каждом выпуске «РосШтамп» звучит слово «Кризис». Но парадоксально то, что до сих пор его наличие отказываются признавать даже некоторые лидеры рынка. Любимое выражение представителей таких компаний - «А у нас все хорошо» - звучит как заклинание. Однако сегодня, когда сокращение рынка составило внушительную цифру 30%, крайне сложно и просто глупо отрицать наличие проблем.

Факторов, определяющих кризис, несколько:

1. Общая экономическая и политическая ситуация.

Очевидно, что положение в стране никак не способствует росту деловой активности, от которой напрямую зависит штемпельный бизнес. Кроме того, крайне негативно сказывается и сокращение расходов бюджетных организаций. В итоге, снижение количества заказов происходит одновременно по двум направлениям: изготовление печатей для вновь образованных юридических лиц и для корпоративных клиентов.

2. Постепенный переход на электронных документооборот.

Хотим мы этого или нет, но предложение об отмене печатей, высказанное Минэкономразвития в январе этого года, отражает общую тенденцию перехода делопроизводства на электронный документооборот. Конечно, быстрого и полного отказа от печатей не произойдет, но изменится статус печати. Сегодня в России печать стала совершенно формальным атрибутом, который заказывают где угодно и как угодно. Хотя, например, в США, где печать не имеет официальной удостоверительной функции, ее защитные возможности культивируются, в том числе, и на государственном уровне. Штемпельная индустрия штатов работает в тесном сотрудничестве с Департаментом внутренней безопасности, чтобы минимизировать случаи подделки документов. Этот пример крайне важен для понимания перспектив штемпельного бизнеса в условиях вероятной отмены печатей.

3. Политика бездействия.

Любой рынок формируется усилиями его лидеров! К сожалению, за последние 20 лет штемпельный бизнес не претерпел никаких принципиальных перемен. Отсутствие внятной политики у крупнейших компаний, разобщенность штемпельной общественности, неразвитость механизмов внутреннего саморегулирования - все это привело к тому, что рынок «плывет по течению». К чему это приведет - загадывать сложно, но очевидно, что ни к чему хорошему.

Наличие кризиса характерно и для зарубежного штемпельного рынка. Очень интересно в этом плане было познакомиться со статьей, опубликованной в апреле этого года в американской прессе. Статья под названием «Старая школа штемпелизготовителей Schwaab все еще «на коне» рассказывает о положении дел в одной из региональных штемпельных компаний Schwaab, которая занимается производством печатей и штампов уже 133 года! По словам директора компании, в США продажи в штемпельном бизнесе снижаются примерно на 5 % в год. Индустрия находится в состоянии рецессии. Многие производители выходят из бизнеса или объединяются с другими компаниями. Большой удар наносят электронные подписи, которые заменили живые чернила на бумаге.

В основном на рынке остались небольшие компании, которые обслуживают местных клиентов, а также крупные компании, такие как Schwaab, которые работают как на местном, так и национальном рынке.

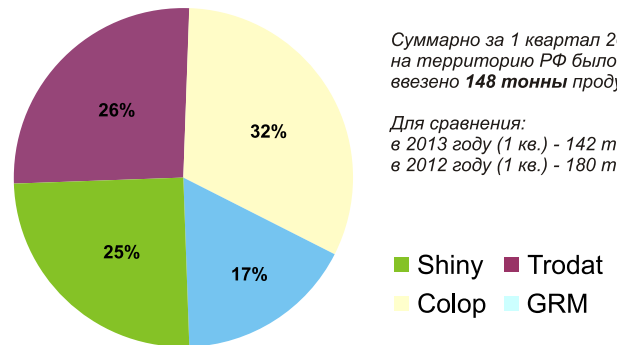
В целях борьбы с кризисом американские компании расширяют свое производство, включая в него полиграфию, изделия для маркировки, бейджи, магниты, значки и другую продукцию. За счет активного развития интернет-магазинов сокращаются издержки, связанные с кадрами. Так, в компании Schwaab за несколько лет работы удалось значительно сократить штат сотрудников. Сейчас в компании работает всего 45 менеджеров, хотя в прежние годы их было 200 человек!

Читая такое, конечно, хочется посочувствовать коллегам из-за рубежа. Однако кризис кризису рознь. Во-первых, сокращение американского рынка на 5% в год не идет ни в какое сравнение с падением российского рынка на 30%. Во-вторых, общей емкости рынка в США можно только позавидовать. Со слов директора компании Schwaab, средняя цена печати составляет 50 долларов. При таких ценах оборот предприятия в прошлом году составил 20 миллионов долларов (!). При этом нужно отметить, что компания располагается в городе Милуоки (население 600 тыс. чел.), штат Висконсин. Согласитесь, что при таких оборотах любые кризисные явления воспринимаются несколько проще, чем в ситуации постоянного сокращения маржинальности бизнеса. Особое уважение вызывает и тот факт, что грандиозная емкость рынка сформировалась в условиях отсутствия законодательно закрепленной юридической силы печати. Учитывая вероятную отмену печатей в России, опыт зарубежных стран может быть особенно интересен.

Подводя итог сказанному, можно предполагать, что факторы кризиса, указанные в начале статьи, вряд ли исчезнут в ближайшее время. Нам нужно учиться жить в новых условиях, учиться по-новому относиться к своей работе и печати как таковой. Иначе отечественный штемпельный бизнес в перспективе 10 лет после отмены печатей потеряет себя.

Первый квартал 2014 года

распределение долей рынка
на основе данных ввоза продукции на территорию РФ по коду 9611



**Обсудите эту тему
на профессиональном штемпельном
форуме**

www.pgraph.ru/forum



КОСМИЧЕСКАЯ АКЦИЯ

акция продлится до 1 сентября 2014 года



**При покупке ЛЮБЫХ 3-х
металлических оснасток
из космической серии -
пластмассовая карманная
ОСНАСТКА ЕК42 - БЕСПЛАТНО!**

Крымский штемпельный рынок

Обойти стороной тему Крыма оказалось невозможно даже в газете о штемпельном деле. Вливание крымского штемпельного бизнеса в состав российского оказалось столь же стремительным, как и само присоединение. Буквально сразу после вхождения Крыма в состав России, наш сайт www.pgraph.ru испытал резкий всплеск посещаемости. Новые коллеги по цеху жадно читали всю информацию, студировали выпуски газеты, изучали форум. Отечественные компании, в свою очередь, с таким же интересом изучали потенциальных клиентов. Известно, что достаточно оперативно Крым с визитом посетили представители Shiny, в составе канцелярского десанта на полуостров высадился Color, а GRM засыпали коммерческими предложениями. С интересом присматривались к Крыму и потенциальные инвесторы - в апреле-мае в офисе компании «ПолиграфычЪ» неоднократно раздавались звонки от желающих открыть франчайзинговый салон в Крыму. Одним словом, первый месяц после присоединения Крыма к России штемпелеизготовители находились в предвкушении большой работы, а поставщики - больших заказов. Однако еще месяц - и ситуация из эйфорической превратилась в общероссийскую.

ДВА СЛОВА О ШТЕМПЕЛЬНОМ РЫНКЕ КРЫМА ДО ПЕРЕЛОМНОГО МОМЕНТА...

Его можно назвать типично региональным. В общей сложности, в регионе работало не более 30 предприятий. Наиболее крупные из них, конечно, располагались в Симферополе и Севастополе. По нашим наблюдениям, лидирующие позиции в товарном ассортименте занимали Тродат и Колоп. Отзывы об этой продукции крымских штемпелеизготовителей очень напоминают рассуждения отечественных специалистов до времен наступления на рынок азиатских брендов. Они сводятся к аргументации: «Продукцию австрийских производителей мы знаем, доверяем ей. Мы и наши клиенты готовы платить цену за это качество». Вся оснастка на полуостров поступала непосредственно из Киева - системы регионального дилерства не было. Средняя цена печати также была близка к российской в лучшие времена - 500 руб. за клише. То есть, при поверхностном изучении крымского штемпельного рынка до 21 марта 2014 года, стало очевидно его сходство с нашим, но 6-7-летней давности.

МЕСЯЦ В ОЖИДАНИИ ЧУДА

Именно столько продлился этап надежд на новые рубежи, новые заказы, новых клиентов и т.п. В этот месяц даже все организационные сложности - с открытием рублевых счетов, логистикой, законодательством и т.п. - воспринимались относительно легко. Было понимание, что совсем скоро, вслед за этими неурядицами придет настоящее чудо-новый этап в развитии бизнеса!

За месяц после присоединения Крыма некоторые штемпелеизготовители успели принять для себя принципиальные решения: одни стали региональными дилерами определенных марок, другие подали документы на сертификацию, третьи нашли партнеров в южных регионах России для оперативной доставки продукции. Пока все эти перемены больше внутреннего характера и незримы для сторонних взглядов. Сайты большинства участников рынка пока не обновились и содержат украинские образцы печатей и ценники в гривнах.

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В РЕАЛИИ РОССИЙСКОГО ШТЕМПЕЛЬНОГО РЫНКА

Несмотря на то, что крымские штемпелеизготовители еще не успели сменить цены на своих сайтах, им уже удалось прочувствовать все прелести высококонкурентного и беспощадного российского штемпельного бизнеса. Можно сказать, что в России развернулась новая война - за желанного крымского заказчика. Московские компании, а также штемпельные фирмы из южных регионов на перебой предлагают им лучшие ценовые условия. При просмотре интернета по запросу «изготовление гербовые печатей Крым» удалось даже выйти на компанию из Мурманска, которая также готова помочь крымским бюджетникам и предпринимателям с производством печатей! В итоге, стоимость гербовой печати уже сбили до уровня ниже, чем ранее стоила обычная печать организации и, думаем, что это не предел.

ЧТО ДЕЛАТЬ?

Полагаем, что этим вопросом уже задаются наши крымские коллеги. По большому счету, у них сейчас может быть 2 сценария развития событий. Первый вариант - это за пару месяцев пройти тот путь, который проделал российский штемпельный бизнес за 6-7 лет: «размножиться» до количества 100-150 компаний, погрузиться в демпинг, перестать свысока смотреть на продукцию китайского производства. Второй путь - самоорганизоваться в своем регионе, найти общий язык между участниками рынка, самостоятельно выстроить четкую ценовую политику, провести активную информационную работу с корпоративными клиентами. Небольшой опыт общения с крымскими коллегами позволяет надеяться, что их настойчивости, оптимизма, здоровой самоиронии хватит на то, чтобы, преодолев панические настроения в своих рядах и среди клиентов, полностью реализовать второй сценарий. Мы будем наблюдать за развитием событий! Рассчитываем, что крымские коллеги станут активными участниками штемпельного сообщества, будут принимать участие в обсуждениях на форуме и сами расскажут о своем вхождении в новый рынок!



Обсудить эту тему
на профессиональном
штемпельном форуме
www.pgraph.ru/forum





Отмена печатей: к чему нужно быть готовыми?

Одним словом, даже в случае официальной отмены печатей как минимум несколько лет предприятия будут пользоваться ими, как говорится, по привычке. И это будет продолжаться до тех пор, пока жив бумажный документооборот, либо не разработаны иные простые и эффективные инструменты индивидуальной защиты документов.

КАКИМ БУДЕТ ШТЕМПЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС ПОСЛЕ ОТМЕНЫ ПЕЧАТЕЙ?

Конечно, такой закон, если он будет принят, серьезно ударит по штемпельному бизнесу в его нынешнем варианте — в перспективе 5–10 лет емкость рынка сократится существенно. Прежде всего, с рынка уйдут многочисленные полуподвальные фирмы и «частные мастера», которых всегда можно узнать по рекламе «Печати без документов по оттиску». Также сложно придется компаниям «средней руки», которые преимущественно обслуживают розничный сектор (ООО, ИП). Лидерам же рынка, которые все это время трудились в достаточно спокойном режиме, нужно будет сделать выбор: либо сосредоточиться на смежных видах бизнеса (они есть практически у каждого), либо начать относиться к штемпельной продукции иначе.

Что значит «иначе»? В нашем представлении, это значит «по-западному». В Европе и США удостоверительная функция печати никак не закреплена законодательно. Тем не менее, штемпельный рынок существует и неплохо себя чувствует. Он развивается в нескольких направлениях: печать как защитный элемент, штампы для маркировки продукции и упаковки, штампы для творчества, штампы как рекламный инструмент. Проблема только в том, что развитие любого из этих направлений потребует от участников рынка освоение новых маркетинговых инструментов. Нужно будет принципиально пересмотреть товарный ассортимент, охватить новые категории клиентов, задуматься о сервисе и т. п. Учитывая то, насколько сложно приживается в штемпельном бизнесе все новое сложно, этот процесс перестройки пройдет далеко не все. Уход с рынка «случайных» игроков — это, вероятно, тот положительный момент, который стоит искать в любой сложной ситуации. К сожалению, в последние годы рынок необоснованно «раздувался» за счет предпринимателей, польстившихся на «космическую» прибыльность штемпельного бизнеса (некоторые статьи в интернете содержат совсем уж фантастические цифры о рентабельности в 2000%).

Все предстоящие перемены, как и обострившийся кризис, — это вызовы, на которые бизнес ответит в силу своей готовности к этим явлениям. Многое будет зависеть от лидеров — от того, какой вектор развития зададут они. Однако парадоксальность ситуации заключается в том, что наименьший интерес и отклик тема отмены печатей вызвала именно у штемпельной общественности. Участники рынка предпочтут не вынимать голову из песка и жить по принципу «будь что будет». Наверное, и у такого отношения есть своя логика - решать проблемы по мере их поступления... тем более в нашей стране, где любые прогнозы и планы - дело неблагодарное.

С учетом всех последних событий велика вероятность того, что законодатели на некоторое время забудут об инициативе с отменой печатей. Однако рано или поздно вернуться вновь, тем более, что до конца 2017 года все органы исполнительной власти РФ готовятся полностью перейти на электронный документооборот. Подождем - увидим!

Штемпельное дело — это бизнес, о котором крайне редко говорят и еще реже пишут. Однако в январе этого года СМИ облетела новость, которая привлекла внимание всего бизнес-сообщества к штемпельному рынку и печати как таковой. Минэкономразвития РФ сообщило, что **к концу 2014 года внесет на обсуждение правительства законопроект об отмене печатей для коммерческих организаций.**

«Сейчас изготовление печати компании — один из обязательных этапов, сопутствующих госрегистрации, — сказала пресс-секретарь министра экономического развития Елена Лашкина. — Исключая такую обязанность из законов о хозяйственных обществах, мы ожидаем сокращения общей продолжительности процедур на один день, а стоимость — на сумму около 900 рублей». По словам чиновников, главная задача этой инициативы — поднять Россию в рейтинге Doing Business Всемирного банка (оценивает условия ведения бизнеса в странах мира) — к 2018 году войти в первую двадцатку. Напомню, что сейчас мы занимаем в этом рейтинге 92-е место, а в категории «регистрация предприятий» — 88-е.

По поводу отмены печатей сразу же высказались и чиновники, и экономисты, и бизнес-омбудсмены. Но хотелось бы взглянуть на ситуацию со стороны штемпельного бизнеса.

ДОПУСКАЕМ ЛИ МЫ ВЕРОЯТНОСТЬ ИСЧЕЗНОВЕНИЯ ПЕЧАТЕЙ?

В век цифровых технологий логично полагать, что рано или поздно печати «отомрут» вместе с бумажным документооборотом. Однако для представителей штемпельного бизнеса совершенно очевидно, что это произойдет не завтра и не в одночасье.

Во-первых, тому есть объективные причины — крайне медленный переход страны на электронный документооборот. Если налоговые органы, банки и государственные заказчики уже несколько лет принимают документы в электронном виде с ЭЦП, то первичная документация продолжает существовать исключительно в бумажном воплощении. У подавляющего большинства предприятий нет ни специальных решений для обработки электронных документов, ни инструментария для их электронной защиты и идентификации. В этой ситуации печать выступает самым доступным и понятным способом удостоверения документов. Яркий пример тому — печати индивидуальных предпринимателей. Действующее законодательство не обязывает ИП иметь печать, но практически все индивидуальные предприниматели ее заказывают — это значительно упрощает работу с контрагентами и контролирующими органами.

Во-вторых, быстрого исчезновения печатей даже в случае их отмены не произойдет по определенным ментальным причинам. В нашей стране печать всегда имела особое значение и придавала любому документу не только юридический вес, но и значимость в глазах любого гражданина. Причем справедливо будет сказать, что в большинстве случаев печать действительно выполняет удостоверительную и защитную функции. Если не брать в расчет Москву с ее огромным полуполегалым рынком фальшивых печатей, то в целом изготовление печатей является серьезным регламентированным процессом. Опытные штемпелеизготовители достаточно серьезно подходят к вопросу приема заказов на печати и стараются не допускать изготовления «левых» изделий. В связи с этим не совсем понятно, какие альтернативные варианты ежедневной и доступной идентификации и защиты документов предлагают инициаторы законопроекта. А непроработанность этого момента повлечет за собой резкое увеличение объема поддельных документов.

Обсудите эту тему
на профессиональном штемпельном
форуме
www.pgraph.ru/forum

«Скидочная удавка»: диагноз для розницы и тендеров.

В условиях новой кризисной ситуации во всех сферах бизнеса наблюдаются головокружительные скидочные гонки. Однако, если sales-инструмент работал в обычных условиях, то сегодня он не дает желаемого эффекта. В итоге, все оказываются в **скидочной петле**. Если на фоне растущего потребительского спроса предприниматель вполне может позволить себе издержки, привлекая новых потребителей, то при падающем спросе такое поведение быстро загоняет в тупик целые отрасли – **ставя их на грань или ниже уровня рентабельности**.

цитата с форума

Exlibrist : На днях приезжала знакомая из Питера. О разном разговаривали. В том числе и о ценах на всякое-разное. Оказывается проезд в метро - 28 рублей.

Погуглил на скорую руку, увидел, что стоимость клише сороковки в том же Питере 100 - 300 рублей.

Киев. Проезд в метро - 2 грн., клише сороковки - 180 грн. Есть, конечно и те, кто демпингует и опускается до 100 грн., но основные игроки держат цену.

Неужели в России такой большой поток заказов, что можно работать с такой маленькой ценой?

К сожалению, штемпельный бизнес не остался в стороне от общей тенденции. Из разных уголков страны приходят новости об очередных ценовых рекордах. Сюрпризы преподносятся, главным образом, в государственных закупках. В 2014 году в связи со вступлением в силу нового ФЗ-44 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» ситуация в штемпельных тендерах обострилась настолько, что к ней совершенно перестали быть применимы разумные объяснения.

Во-первых, в разы возросло количество участников котировок и аукционов. Это связано с тем, что новый закон отменил планку в 100 тыс. руб. до которой ранее бюджетные организации могли закупаться без официального объявления тендера. Как следствие, в 2014 году бюджетники оказались вынуждены проводить через процедуру гос.закупок даже мизерные суммы, например, по несколько тысяч рублей. Региональным штемпелеизготовителям, не желающим терять своих постоянных клиентов, приходится регистрироваться на электронных площадках. Если в 2012-2013 гг. на каждый тендер приходилось по 3-4 участника, то теперь 8-10 компаний.

Во-вторых, в 2014 году были побиты все мыслимые ценовые рекорды. Конечно, это следствие возросшего количества участников, а также общего сокращения рынка. Вот несколько примеров тендерного беспредела:

- **Камчатский край**: Объявленная сумма 209 377 руб. Примерная себестоимость: 62 587 руб. Победитель: 58 737 ЭДС.
- **Курская область**: Объявленная сумма 27 468 руб. Примерная себестоимость: 8 534 руб. Победитель: 9 611 ЭДС
- **Московская область**: Объявленная сумма 81 000 руб. Примерная себестоимость: 34 917 руб. Победитель: 22 000 ИП Кудряшов. Для справки - даже ЭДС участвовали с ценой 49 000 руб.
- **Оренбургская область**: Объявленная сумма 21 939 руб. Примерная себестоимость: 7 610 руб. Победитель: 5 553 руб. ЭДС.
- **Пермский край**: Объявленная сумма 142 716 руб. Примерная себестоимость: 35 822 руб. Победитель: 36 496 ЭДС.
- **Красноярский край**: Объявленная сумма 60 000 руб. Примерная себестоимость: 9 820 руб. Победитель: 12 169 ЭДС.

цитата с форума

barinovd: Ситуация печальная. За счет тендеров можно было бы нормально зарабатывать, а получают "героические победы" и работа ради работы.

Приняли бы за правило торговаться в диапазоне 10-15 % дисконта от стартовой цены. Кто дал на 500-1000 руб меньше тот и победил. А, то сотнями тысяч разбрасываемся...Ужас.

При этом нужно сказать, что за 5 месяцев 2014 года ни разу не было прецедента применения антидемпинговых мер нового ФЗ-44. А ведь именно на это нововведение возлагались больше надежды.

Констатировать проблемы в штемпельных тендерах можно бесконечно. С каждым годом ситуация только усугубляется и нет повода рассчитывать на то, что у особо «отъявленных» участников тендеров сам собой возобладает здравый смысл. Только консолидированным усилиями участников штемпельного сообщества во главе с лидерами рынка возможно переломить ситуацию.

Trotec: Что мы-штемпелеизготовители, можем сделать для спасения положения? Воздействовать на главных продавцов сложно. Если только письмом-обращением пообещать бойкотировать их продукцию.

Сделать цены на клише примерно одинаковые сложно, но можно. Рекомендованные цены на розницу тоже можно внедрить. Про лидеров сложно судить - никто не знает чем они руководствуются. Скорее всего сиюминутной (одноквартальной) выгодой.

цитата с форума

На вопрос - что конкретно можно сделать - есть несколько простых решений:

- 1.Закрывать всем компания-демпингерам возможность покупать автоматическую оснастку у ГРМ, Колоп, Тродат, Шайни.
- 2.Установить минимальные цены на автоматы в розницу и при проведении тендеров!
- 3.Наконец-то договориться всем лидерам о проведении сбалансированной ценовой политики.

Вероятно, что исключительно такими инструментами саморегулирования рынка возможно справиться с широко распространенными убеждениями, что 100 руб. - это достойная цена для печати.

Gray: Что будете делать когда всех госзаказчиков вытолкнут на тендеры? Или когда котировки начнут принимать в электронном виде и административному ресурсу придет кирдык? Придется клише делать за 100 рублей или уходить с рынка (не участвовать в тендерах) или морды пойдете бить и колеса протыкать? Разговор идет о конкуренции в тендерах, когда на аукцион заявляются по 10-12 участников.

Считаю по старинке, есть спрос и есть предложение, предложение превышает спрос, цены падают и наоборот.

цитата с форума

Конечно, можно рассуждать о том, что тендеры и розница - это две большие разницы, и что в гос.закупках оправдан тот уровень цен, до которого никогда не опустится розница. Однако это полный самообман. Демпинг в тендерах неминуемо снижает общую планку цен. Совершенно не случайно, что из разных регионов приходит информация о розничной стоимости клише 30-50 руб. Это следствие панических настроений штемпелеизготовителей, которые провоцируют не только кризис, но и ситуация с государственными заказчиками. В аукционах постоянно участвуют не больше 10 компаний, однако все остальные две тысячи участников рынка - заложники их политики. Именно поэтому никому нельзя дистанцироваться от этой темы. Будущее рынка во многом будет зависеть от того, как всем нам вместе удастся разорвать «скидочную удавку». Нужно менять, прежде всего, свой менталитет - осознать, что потребитель готов платить больше, когда понимает за что и почему.

Обсудите эту тему
на профессиональном штемпельном
форуме
www.pgraph.ru/forum



**ВЕЛИКОЛЕПНЫЕ
ПЕЧАТИ И ШТАМПЫ**
федеральная сеть салонов

КОСМИЧЕСКИЙ МЕТАЛЛ

● серебро



ДИСК

Карманная оснастка
с отделением под подушку
для печати 42 мм.

130 от
руб.

100 от
руб.

● серебро



СПУТНИК

Карманная оснастка
для печати 42 мм.

● золото



● золото



астероид

Оснастка
для печати
42 мм.



110 от
руб.

● серебро

● серебро

звезда

Карманная оснастка
с отделением под подушку
для печати 42 мм.



140 от
руб.

комета

Оснастка
для печати
42 мм.



110 от
руб.

● серебро

орбита

Карманная оснастка
под флеш-технологию
для печати 42 мм.



180 от
руб.

● серебро

! Укомплектована
краснонаполненной резиной,
качественным белым фильтром
и металлическим кольцом

сириус

Подарочная
оснастка
с отделением
под подушку
для печати
42 мм.

200 от
руб.

● серебро

желтый



черный



зеленый



голубой



розовый



прозрачный



ДИСК

Оснастка для печати
с отделением под
подушку
30 мм.



120 от
руб.

КОМЕТА

Оснастка для печати
30 мм.



100 от
руб.

СПУТНИК

Оснастка для печати
с отделением под
подушку
30 мм.



120 от
руб.

интернет-магазин
www.pggraph.ru

Сайт в тираж: опыт клонирования штемпельного интернет-магазина

Светлана Токаревских - администратор сайтов компании «ПолиграфычЪ»

В современной действительности информационный сайт или интернет-магазин любой коммерческой организации является неотъемлемым атрибутом корпоративного имиджа, а также эффективным инструментом продвижения продукции и услуг. Сайт компании это и Ваше лицо во всемирной глобальной паутине, и источник прибыли. Подавляющее большинство компаний обращают свой взор в сторону электронной коммерции.

Понимая всю значимость и перспективность наличия качественного интернет-ресурса, мы задумались о создании штемпельного интернет-магазина шаблонного типа для региональных салонов сети «ПолиграфычЪ». Этот проект представляет собой единственную в России сеть штемпельных интернет-магазинов, с единой концепцией и уникальными техническими возможностями.

ОТ ИДЕИ ДО РЕАЛИЗАЦИИ

На самом деле идея разработки и внедрения единого по смыслу, содержанию и задачам сайта региональных франчайзинговых салонов зародилась довольно давно, еще на этапе становления проекта «ПолиграфычЪ-Франчайзинг». Однако только к настоящему времени пришло четкое понимание целей, задач и пути реализации идеи.

Несмотря на то, что из всех «динамиков» мы ежедневно слышим о создании сайта «под ключ» за 3 дня и совершенно смешное количество рублей, разработка качественного интернет-ресурса, способного выполнять все возложенные на него задачи - это процесс очень трудоемкий и дорогостоящий. Так, от начала разработки шаблонного интернет-магазина до его «сдачи» прошло полгода. Полгода активной работы, жарких споров, в которых, как известно, рождается истина, лихорадочной подготовки информации.

Результатом кропотливой работы явился единственный в своем роде проект в России – сеть штемпельных интернет-магазинов «ПолиграфычЪ».

В ЧЕМ УНИКАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА?

Шаблонный интернет-магазин «ПолиграфычЪ» - это очень информативный, технологически грамотный, визуально и интуитивно приятный и понятный ресурс, который предлагает клиентам максимум услуг и предоставляет широкие технические возможности. В базовой версии шаблонного интернет-магазина заложены функции: комплексное представление клиентам штемпельной продукции, он-лайн заказ печатей и штампов, а также сопутствующей продукции в 3 шага, выбор вариантов оплаты и доставки заказа, консультации в режиме реального времени. Основной упор при создании интернет-магазина, мы сделали на «наглядность» конечного продукта, поэтому сайт изобилует изображениями продукции, а заказ печатей и штампов осуществляется по предлагаемым макетам. Все это, в купе с умелым управлением и чутким, заботливым руководством, обязательно вызовет симпатию и привлечет внимание потенциальных клиентов.

Удобен и прост в управлении этот шаблон также и для его непосредственных руководителей – региональных салонов «ПолиграфычЪ». Базовый функционал позволяет не только поддерживать сайт в актуальном состоянии, но также обновлять и дополнять любые разделы, создавать новые; управлять и структурировать поступившие заказы и заявки, обрабатывать обращения клиентов и прочее. Кроме того, установленные счетчики сбора и анализа статистики, наглядно демонстрируют активность и поведение пользователей сайта.

Уникальность этого проекта заключается еще и в «гибкости» его управления. При желании и необходимости есть возможность расширения функциональных рубежей, например, внедрения системы электронных платежей, корректировка и доработка структуры каталога в общем и отдельных разделов в частности. Эта «гибкость» была изначально принципиальной для нас, так как планы на развитие этого проекта у нас довольно амбициозные.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Региональные сайты предлагаются всем участникам проекта «ПолиграфычЪ-Франчайзинг» и являются его затратной частью. При поступлении заявки мы начинаем программные работы, адаптируем шаблон к

региональным особенностям и выполняем первоначальные пожелания франчайзи. Далее управление и контроль работы сайта переходит или к региональному салону, или остается в ведении головного офиса «ПолиграфычЪ». Каждый регион получает подробную инструкцию по управлению, описание комплекса первоначальных действий для представления нового ресурса в глобальной сети.

ЕСТЬ ЛИ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ?

Сайт требует умелого, грамотного, и главное, постоянного управления и обновления. Не стоит ожидать, что если сайт не нужен своим владельцам, он будет представлять какой-то интерес для людей посторонних. Поэтому, передавая сайт в регионы, мы особенно подчеркиваем необходимость найти время и посвятить его для развития нового проекта. На практике отношения с франчайзи складывается по-разному. Некоторые бросили все силы на развитие сайтов, к стати, весьма безуспешно; некоторые находятся в стадии осознания и планирования дальнейшей работы. Со своей стороны, мы оказываем всестороннюю помощь и поддержку в развитии нового проекта.

Мерилом успешности любого интернет-магазина, в первую очередь, является финансовый показатель. Для того, чтобы вывести этот показатель на должный уровень, региональным салонам необходимо приложить со своей стороны максимум усилий. Необходимо, во-первых, предоставлять клиентам качественную и уникальную информацию, отличаться отзывчивостью и предупредительностью, а также занять лидирующие места в поисковой выдаче. Все это позволит закрепить за собой роль лидера электронной коммерции в регионе.

Конечно, существует множество сложностей на пути реализации этой задачи. Трудности, как правило, связаны с 2 моментами: нехваткой знаний и навыков, а также дефицитом времени. В отношении сайта у многих действует обманчивое представление о том, что главное - его сделать, а дальше клиенты сами польются рекой. Продвижение представительства компании в интернет - не менее сложный и затратный процесс, чем реклама салона в реале. И эту, вроде бы очевидную вещь, приходится в ежедневном режиме доказывать, в том числе, и нашим партнерам по франчайзинговой сети.

На сегодняшний день сделана важная и сложная работа - региональные сайты запущены! Но если им не будет уделяться ежедневное внимание, то эта работа окажется проделанной впустую. Именно поэтому некоторое время нам придется участвовать в жизни наших штемпельных интернет-клонов... до тех пор, пока они не заживут полной жизнью. А это случится только тогда, когда придет понимание, что сайт, как салон - в нем нужно работать ежедневно, много и с выдумкой.





ELITE-42

новая карманная оснастка для печати
со сменной штампельной подушкой



PRINTER “CARBON”



Новаторская линия в популярных размерах :S-841(S-851), S-842(S-852), S-843(S-853), S-844(S-854), S-845(S-855) со сменными платами

PERSONAL PRINTER NEW



Рисунок на платах выполнен по УФ технологии. По Вашему желанию можно нанести любой рисунок и логотип!

ДОЛГОЖДАННАЯ НОВИНКА TRODAT PRINTY 4642



Вам нужна удобная, невероятно маленькая и практически невесомая оснастка? С исключительно простой заменой сменной подушки? Или вы сторонник экологической чистоты? Тогда ваш выбор - оригинальный TRODAT Printy 4.0!



ВСЕГДА ЧИСТЫЕ ПАЛЬЦЫ

Интуитивно легкая и чистая смена красящей подушки благодаря наличию специальных держателей для пальцев. Чистота пальцев гарантирована!



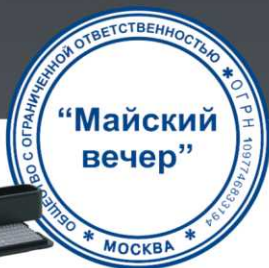
БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ

Передняя часть корпуса может быть изготовлена из белого пластика. Это дает вам возможность нанести на нее любой логотип и просто понравившееся изображение.



КРЫШКА В КОМПЛЕКТЕ

Благодаря специальной крышке оснастка можно переносить с собой. Крышка надежно крепится, легко снимается.



МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ СТЕРЖЕНЬ

Специальный металлический стержень увеличивает прочность оснастки.



ЛЕГКОСЪЕМНОЕ ОКОШКО ОБРАЗЦА ОТТИСКА

Большой выступ позволит без усилий снять крышку. А ее симметричная форма позволяет столь же легко установить ее на место с любого края оснастки.



ПРОСТЕЙШАЯ УСТАНОВКА КЛИШЕ

Это стало возможным благодаря новому, более высокому размещению текстовой пластины.

trodat[®]

eco
ЭКОЛОГИЧНОСТЬ
КАК СТАНДАРТ

CREATING ORIGINALS

Самонаборный штамп 4912 с 1 кассой

Ассортимент компании Trodat пополнился четырехстрочным самонаборным штампом 4912 типо с одной кассой. Стоимость ниже на 25% по сравнению со стоимостью аналогичного самонаборника с двумя кассами.



ОАО «АЭРОСТРОЙМАШ»
ТЕЛ.: 125-30-50, Т/Ф: 125-35-89
HTTP://WWW.AEROMASH.RU
E-mail: MANAGER@AEROMASH.RU

→ Лазер для Вас в рассрочку

trotec[®]
laser. marking cutting engraving

setting
new
standards



Компания Trotec совместно с компаниями Trodat и «Лазерный Центр» предлагают на выгодных условиях в рассрочку лазер Speedy 100R для изготовления печатей, рекламной и сувенирной продукции. Speedy 100 R является универсальным и компактным CO2-лазером начального уровня и подходит для скоростной гравировки, маркировки и резки. Модель специально разработана для производства печатей. Все внутренние компоненты лазера защищены по технологии InPack[®], точное позиционирование обеспечивается технологией RAMP-UP CONTROL[®].

В отличие от фотополимерной технологии и технологии “flash” лазер изготавливает печати очень быстро и технологически просто, без дополнительных расходных материалов. Модель сертифицирована для гербовых печатей. Производство одной печати занимает всего 5 минут.



Speedy 100R можно оснастить приставкой Multi Color Jet для автоматизированного производства многоцветных печатей. (Фото MultiColorJet)

Приобретая лазер, Вы расширяете ассортимент Ваших услуг. Помимо изготовления печатей на **Speedy 100R** Вы сможете:

- раскраивать листовые материалы (пластики, фанеру, дерево, бумагу, ткани, и т.д.);
- наносить маркировку на сувенирную продукцию (ручки, ежедневники, брелки, зажигалки);
- изготавливать таблички, шильды, бейджики;
- наносить гравировку на фужеры, бокалы, бутылки, кубки;
- гравировать телефоны, планшеты и ноутбуки;
- выполнять заказы по раскрою.

Переход с одного вида работ на другой занимает одну минуту.

Программа уже имеет заводские предустановки по всем основным видам обрабатываемых материалов.

Лазеры Trotec имеют самую долгую гарантию (от 2 до 4 лет) и являются самыми быстрыми планшетными лазерами на рынке. Высокая производительность позволяет купить этот лазер быстрее, чем низкоскоростные лазеры, а высокая скорость гравировки позволяет вам установить более низкие цены на лазерные услуги и стать монополистом на рынке в вашем регионе.



16 способов для малого бизнеса снизить расходы без ущерба для своих работников

От редакции

Западный мир живет в состоянии перманентного кризиса уже несколько лет. Интересно услышать рекомендации западных специалистов о безболезненном сокращении издержек. Мы решили опубликовать несколько советов, которые вполне могут быть применимы и к нашей действительности.

В США малый бизнес обеспечивает 99,7 % всех рабочих мест! В стране 27 миллионов 900 тысяч мелких компаний, которые генерируют более 1 миллиона долларов в год продаж в расчете на одного работника!

Согласно американскому страховому агентству Bolt - выживание малого бизнеса в существенной мере зависит от умения экономить каждую копейку. Bolt дает разбивку 10 самых существенных статей расхода, типичных для малого бизнеса. Для отечественных предпринимателей разбивка эта имеет лишь абстрактно познавательное значение, поскольку у нас расходные статьи распределяются совершенно иным образом. Тем не менее — любопытства ради:

19,4 % - львиная доля расходов малого бизнеса приходится на заработную плату;

7,7 % - денег уходит на материальные оборотные средства;

4,6 % - арендная плата;

3 % - офисное оборудование;

3 % - транспортные расходы;

2,5 % - страхование;

2,4 % - экзотические для отечественного малого бизнеса льготы и дополнительные выплаты наемным работникам;

1,3 % - налоги на коммерческую деятельность;

1 % - коммунальные расходы;

1 % - рекламные компании, бесплатные обеды, корпоративные развлечения и т.п. пустяки.

В решении вопроса снижения издержек агентство предлагает оптимизировать расходы по всем статьям кроме заработной платы:

- 1 Первым делом нужно изыскать возможность разделить рекламные издержки с «сожителями», пребывающими в вашей весовой категории. Имеется ввиду малые предприятия, которые проживают вместе с вами под одной офисной крышей (в бизнес-центре, в соседнем подъезде и т.п.). Поскольку у вас общий реальный адрес, выгодно договориться и вскладчину провести рассылку мейлинга, задействовать общий канал дистрибуции, организовать совместную уличную раздачу рекламных брошюр и даже непосредственно уличные продажи.
- 2 Максимально педалировать онлайн-присутствие вашего малого бизнеса (веб-сайт): опыт однозначно продемонстрировал, что интернет очень эффективный и при этом весьма скромный в затратном плане канал для пересечения с потенциальными заказчиками.
- 3 Попытаться получить все мыслимые и немыслимые скидки от платежных систем, которые, в свою очередь, заинтересованы в оттягивании на себя платежных потоков ваших клиентов. К примеру, можно договориться с Master Card / VISA о том, что ваши заказчики, оплачивающие товары / услуги именно этой карточкой будут получать определенные льготы или небольшие скидки.

- 4 При каждом удобном случае использовать фрилансеров и избегать модных агентств, чьи тарифы отражают не столько качество услуг, сколько отбивают собственные рекламные издержки. Особенно выгодно привлекать фрилансеров для разработки вашего контента, предназначенного для размещения он-лайн либо в печатной продукции. Качество будет заведомо не хуже (а в большинстве случаев — лучше), чем в именитых агентствах, зато цена — иногда в разы ниже.
- 5 Всякий раз, когда выручка поступает в кассу, стараться незамедлительно депонировать ее в своем банке. В отечественных реалиях совет звучит дико, тогда как в Америке обладает весомым резонансом: тамошние банки при раннем размещении денег на депозит (до полудня) начинают начислять проценты не со следующего дня, а с текущего. Вот уж поистине: копейка к копейке!
- 6 Постоянно изыскивать возможность для включения в статьи налоговых вычетов максимально возможного числа расходов: заработная плата, транспортные расходы, офисные расходные материалы, проценты по кредитам, аренда и амортизация, льготы работников и т.п. Ключевым моментом здесь выступает тотальное «корохоборство», то есть коллекционирование абсолютно всех товарных и кассовых чеков и квитанций, какие только попадают в ваши руки и руки ваших сотрудников.
- 7 По возможности переведите всю офисную телефонию на VoIP, где сегодня реализованы прекрасные виртуальные колл-центры и системы автоматических секретарей — и функциональности добавите, и расходы на связи снизите, и на ставке телефонной секретарши сэкономите.
- 8 Не пользуйтесь услугами живых фотографов, а используйте онлайн-фотоархивы, в которых за символическую плату можно подобрать абсолютно любую необходимую фотографию.
- 9 Плотно работайте с курьерскими службами: постоянно проверяйте свои расценки, требуйте дисконт за объем заказов, изучайте конкурентов и при необходимости переходите к ним.
- 10 Точно такую же политику ведите и по отношению к поставщикам расходных офисных материалов вроде бумаги и чернил для принтера.
- 11 Избавляйтесь от десктопов и переходите во что бы то ни стало на ноутбуки, у которых ниже потребление электроэнергии: за год разница набегаает существенная.
- 12 Снижайте налоги на заработную плату, предлагая работникам житейские льготы вместо премиальных начислений.
- 13 Не забывайте активно отслеживать амортизацию оборудования и отражать ее в бухгалтерской отчетности. Здесь американцев понять можно, поскольку их законодательство позволяет списывать до 500 тысяч долларов ежегодно на амортизацию.
- 14 В полной мере задействуйте налоговые льготы и отсрочки. В США можно списывать на налоги огромное количество самых разнообразных инициатив: определенные типы научно-исследовательских работ, использование возобновляемых источников энергии, затраты на оформление и запуск пенсионных планов, организация детских дневных стационаров для сотрудников и т.д.
- 15 Банально экономьте электроэнергию: выключайте свет, когда в нем нет нужды, выключайте компьютеры в конце рабочего дня, используйте энергосберегающие лампы.
- 16 Постоянно берегите своего офисного арендодателя на предмет пересмотра оплаты в сторону ее снижения. Также не забывайте о конкуренции и периодически изучайте рынок: высока вероятность, что даже в вашем районе найдутся предложения по аренде офиса по существенно более выгодным ценам, отражающим текущую конъюнктуру рынка. При этом вовсе не обязательно переезжать в новый офис — достаточно будет показать предложение конкурентов своему арендодателю.

Полагаем, что многие из этих советов актуальны и для российской действительности. Надеемся, что они вам пригодятся, а то-то дополнить список собственными секретами выживания в сложных экономических условиях.

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ "РОСШТАМП"

Тираж - 2000 экз. Распространяется бесплатно.
Учредитель - ООО "Полиграфич". Адрес: 610000, Киров, ул. Ленина, 65. Тел. (8332) 64-79-75.
Главный редактор - Титова А.Л. marketing@pgraph.ru