

Кризис багетного жанра?

Надир Ситдииков, генеральный директор «ЛИОН Арт Сервис»



Инертность в потребительских предпочтениях людей, которые приносили заказы в багетные мастерские осенью 2008 года, создавала тогда у многих оформителей обманчивое представление о том, что надвигающийся из-за бума кризис носит сугубо

финансовый характер, коснётся лишь некоторых работников банковской среды и никак не скажется на бизнесе их мастерских.

На встречах, которые мы проводили с багетчиками в конце 2008 года, большинство из них говорили нам о том, что никак не ощущают спада заказов и не видят причин для беспокойства. Возможно, сочетание традиционного предновогоднего всплеска продаж с желанием многих людей обернуть обесценивающиеся в то время из-за роста курса доллара рубли во что-нибудь материальное, сыграло на руку индустрии, которая закрыла 2008 год с позитивным относительно 2007 года приростом.

Все изменилось в 2009 году. Располагаемые доходы населения в валютном исчислении упали, начались увольнения, некоторые города, доходной статьёй экономики которых являлись крупные сырьевые предприятия, замерли. На это наслышались традиционные для иностранных производителей оборудования и материалов ежегодное повышение цен, которое, в сочетании с курсовыми разницеми, Российские дистрибьютеры не могли более компенсировать из своей прибыли, и обычное для начала года снижение активности потребителей багетных услуг. Рам стали заказывать меньше. Последние надежды развеялись с первыми лучиками весны, когда стало ясно, что ни Новогодние отпускные расходы, ни что-либо другое не является причиной сужения рынка, а экономический кризис тому виной. «Авось пронесёт» не пронёс. Последним аккордом в печальной мелодии стали неплатежи, и это в ситуации, когда многие мастерские стали снова «сводить концы с концами», как это было на заре становления их бизнесов.

Багетная индустрия начала реагировать. Кто ценовым демпингом, чтобы хоть как-то зацепить просыпающиеся сквозь пальцы немногочисленные заказы, даже если это означало продажу товара по себестоимости с последующим закрытием

бизнеса, кто сокращением персонала и снижением других расходов на ведение бизнеса, кто изменением ассортиментной матрицы в сторону менее дорогой. А некоторые не стали делать ничего, считая, что «мы лучшие оформители на деревне и пусть мир прогнётся под нас». И те и другие, и третьи правы по-своему, но кто-то переживёт трудное время, а другие канут в лета ...

С наступлением лета весенняя тоска сменилась надеждой на то, что жизнь налаживается и скоро все будет также как год назад. Надежда подпитывалась бодрими заявлениями из телевизора и мыслями о том, что если бы не обычный для лета сезон отпусков, все бы почувствовали восстановление не только Арт-индустриального, но и рынка вообще. С наступлением осени все стало понятно. Некоторые мастерские стали закрываться, потому что дешевле было прекратить бизнес, чем продолжать субсидировать его. Другие затаились.

Что же делать нашему Пост-Арт-Индустриальному обществу? Ждать Новогоднего всплеска продаж и надеяться на то, что он снова запустит механизм потребления? Или субсидировать бизнесы до января 2010, после чего красиво закрыть их? Или что-то менять?

Мы и многие наши клиенты выбрали последний вариант. Даже если экономика восстановится за обещанные год-два, она уже не будет прежней. Кроме того, в силу инертности потребления, точно так же, как в конце 2008 года многие участники Арт-рынка не замечали негативных изменений, они не будут замечать и положительных сдвигов еще некоторое время после того, как восстановятся другие, более важные для жизнедеятельности человека рынки (продуктов питания, одежды и т.д.).

Совершенно очевидно, что, не являясь рынком продуктов первой необходимости, Арт-рынок уменьшился на десятки процентов. Точно также очевидно, что те потребители, которые продолжают подпитывать его своими деньгами, ожидают получать за них качественный продукт. Проведённые маркетологами из смежных рынков исследования показали, что потребители в кризисной ситуации готовы покупать привычные для них товары и услуги, но в меньших количествах, или товары близкого качества, но дешевле.

Иначе говоря, коллекционер или художник, заказывавший рамы в багетных мастерских, не станет покупать их теперь в сетевых магазинах за городом. Он будет пользоваться услугами уже известной ему, или новой багетной мастерской, которая идёт в ногу со временем и адаптировала

свой ассортимент под нужды времени и клиентов, добавила в свою линейку новый, недорогой, но качественный багет и/или картон для паспарту. Если же ему придётся выбирать среди мастерских, работающих с одинаково качественными материалами, он принесёт свои деньги туда, где выше качество сборки, более широкая гамма услуг, нормальные сроки исполнения заказов и больше дополнительного сервиса. По этой причине мастерским не стоит увлекаться упрощением или нанимать неквалифицированный персонал в погоне за снижением себестоимости. Наоборот, нужно повышать свою квалификацию и анализировать ассортимент, чтобы выбрали вашу мастерскую, а не другую.

Мы наблюдаем всплеск интереса к нашим обучающим программам среди багетных мастерских, что иначе, как появившимся у них свободным временем и горячим желанием выделяться среди себе подобных, объяснить трудно. Действительно, изучаемые на курсах новые технологии дают конкурентное преимущество тем мастерским, которые смогут первым донести их до своих клиентов.

Мы также отмечаем прозорливость клиентов в отношении новых или «старых», но не замеченных ранее, коллекций бюджетного багета и картона, плёнок для ламинации, фурнитуры и подвесных систем, которые способны разбавить ассортимент багетных мастерских тем самым качественным, но доступным по цене товаром. Нам известно много мастерских, которые повесили на свои стены современный и недорогой багет из полистирола после многих лет работы только с деревянным багетом, тем более, что иные образцы качественного пластика трудно отличить от дерева. Многие клиенты стали использовать в работе декоративные материалы и технологии, про которые раньше говорили: «Зачем нам это нужно? Мы и так едва успеваем выполнять заказы клиентов». Возобновилась практика выезда дизайнеров/оформителей к крупным клиентам и бесплатная доставка готовых заказов. Все это называется клиенто-ориентированным сервисом и не может не радовать всех активных участников рынка, как людей, которые приходят в багетные мастерские с картинами, так и сами багетные мастерские. Радовать на том простом основании, что именно эти мастерские преодолеют не только кризис, который не может быть вечным, но и расслабляющую модель докризисного ведения бизнеса, существовавшую в условиях постоянно растущего спроса, когда многие мастерские не занимались серьёзно анализом и развитием своего ассортимента и услуг, а лишь с трудом успевали выполнять поступающие заказы. И дистрибьютеры тоже радуются.

Особенно те, которые успели перестроиться и не будут вынуждены закрывать свои бизнесы в

Каталог 2009-2010

**Багет
Оборудование
для изготовления рам
Картон для паспарту
Фурнитура
Аксессуары
Подвеска
и освещение рам**

С нами выгодно
Делать рамы

«Антикризисный» каталог багета,
оборудования, паспарту и
расходных материалов

тел.: (495) 737 0397
e-mail: sales@frame.ru
www.frame.ru

ЛИОН
АРТ СЕРВИС

начале 2010 года. И правда, те дистрибьюторы, в ассортименте которых появился востребованный сегодня товар, не сидят без работы. Конечно, доходы сильно упали, и работа менеджеров стала намного сложнее искусства распределять ограниченное количество пришедшего на склад дистрибьютора багета среди большего числа страждущих приобрести этот багет клиентов. Закупщики и бухгалтера должны теперь также работать лучше, чтобы денежные потоки компании были положительными. Но работать стало интереснее, а достижения – заслуженнее! Ведь именно эти профессионалы займут руководящие позиции в пост-кризисной арт-индустриальной экономике. А закалённые трудными временами отношения с клиентами выпестуют серьёзные бизнесы.

На фоне полупустых индустриальных выставок приятен сам факт регулярного издания справочника, который вы держите в руках. Сдвиг акцентов рекламодателей в сторону клиенто-ориентированности доказывает готовность большинства участников рынка уже сейчас что-то менять, перестраивать, ускорять и углублять.

А из этих участников и состоит наш дорогой, никак не сформировавшийся, немного диковатый и осторожно-застенчивый, но во многом профессиональный и бесконечно привлекательный Российский Арт-Индустриальный рынок. И это тоже не может не радовать. Не радовать кризису вопреки.