

**ИГОРЬ ХМЕЛЕВ,**  
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «ФАБРИКИ САНТА КЛАУСА» (РОССИЯ)

# Шар или клошар?

В ПРЕДДВЕРИИ НОВОГОДНИХ ПРАЗДНИКОВ СУПЕРМАРКЕТЫ, МАГАЗИНЫ, МАГАЗИНЧИКИ И ЛАРЕЧКИ НАПОЛНЯЮТСЯ ЯРКИМИ КРАСКАМИ ИГРУШЕК, УКРАШЕНИЙ, ДЕКОРАЦИЙ, МИШУРЫ И ГИРЛЯНД.

**В НОВОГОДНЕЙ СУМАТОХЕ** покупатели со счастливыми лицами метут подарки и украшения для уже ставшего привычным атрибута домашнего уюта — новогодней ёлки.

Что же предлагается на выбор покупателям в разнообразии новогодних товаров?

Не секрет, что в век диктата ритейла художественный вкус задают, прежде всего, финансовые предпочтения менеджеров — байеров известных сетей. В данной статье мы не будем упоминать конкретные марки и названия мировых лидеров — не для того, чтобы «не обидеть», а с целью объективного взгляда на состояние дел в отрасли.

Даже в интернете по запросу «некрасивые ёлочные шары» появляются симпатичные и даже прекрасные (без сарказма) образцы производителей новогодней индустрии. Откуда же берутся в гипермаркетах такие, с позволения сказать, «образчики» ёлочной индустрии?

Безусловно, в данной, даже праздничной ситуации, основная задача ритейла и дистрибьютора — получение прибыли. Поэтому и появляются на полках шары, на которых производители явно сэкономили. Но сразу замечу, что это не вина производителей.

Дистрибьютор — посредник, проникший всеми «правдами и неправдами» НА ПОЛ-

КУ крупного ритейла, поверьте, потратил не меньше сил и средств, (даже больше, чем производитель ёлочных игрушек) для того, чтобы стать поставщиком его «широкоформатного величества».

К чести дистрибьюторов скажу — их функции не ограничиваются примитивным посредничеством в работе с сетями. Прежде всего их основными рисками являются финансовые условия сотрудничества: короткий период торговли, отсрочка платежа, возврат нереализованного товара (после 10 января ёлочные игрушки абсолютно не пользуются спросом) — вот все напасти современных поставщиков. И их прибыль, безусловно, тоже заложена в ёлочных украшениях, сверкающих посеребренными бочками на полке. Поэтому и выставлены на полках игрушки, которые производятся с минимальными затратами производителей, занижающих качество не по своей воле, а «прогибаясь» под давлением закупщика — а что делать, деловыми контактами сейчас не разбрасываются.

Ведь производство ёлочных игрушек до сих пор, по большому счету, является кустарным производством, основные ресурсы которого — руки людей — стеклодувов, художников, рабочих. Человеческий фактор в зависимости от региона расположения производства очень критичен к цене.

Внешне для покупателей, конечно, наиболее заметна работа художников (а хороших художественных школ даже в регионе присутствия производств нет, а бывшие традиции практически утеряны).

Именно оценивая качество рисунков, он принимает решение о покупке ёлочных украшений. Критическая цена для массового покупателя по оценкам специалистов ритейла -100-150 руб, из них наценка сети и дистрибьютора -100 — 200%. Остальное — затраты производителя (как видно, немного остается). Кто же эти современные поставщики новогодней красоты?

Основные производства ёлочных игрушек в России расположены в городе Клин Московской области («Ёлочка») и Нижнем Новгороде («Ариэль»)… Ждете продолжения списка? Вот и всё!

Есть производственные цеха в Великом Новгороде («Винтажный шар»), в Пензенской области («Фабрика 1 Мая»), в Павловском Посаде Московской области (когда-то крупный «ИНЕЙ»), в Селижарово Тверской области (компания «Стиль-С»), в прошлом году переехавшей в Химки. Есть еще несколько неизвестных цехов (но это не значит, что маленьких по объему), работающих исключительно по заказам дистрибьюторов и, как правило, использующих труд надомных рабочих.



**ВОТ СОВРЕМЕННАЯ  
КАРТИНА ЁЛОЧНОЙ  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
РОССИИ НАЧАЛА 21  
ВЕКА — ПУСТОВА-  
ТО... ПОЭТОМУ АС-  
СОРТИМЕНТ СЕТЕЙ И  
ЗАМЕЩАЕТСЯ АЛЬ-  
ТЕРНАТИВНЫМИ ТО-  
ВАРАМИ, ЖАЛЬ, ЧТО  
«НЕОТЕЧЕСТВЕННЫХ»  
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.**

Вот современная картина ёлочной промышленности России начала 21 века — пустовато... Поэтому ассортимент сетей и замещается альтернативными товарами, жаль, что «неотечественных» производителей.

Из прямых производителей на полках представлено широко только фабрика «Ариэль», но и то, как правило, в низшей для этого производства ценовой категории (200 — 250 руб). Средняя стоимость шара с художественной росписью от «Ариэль» — 400- 600 руб.

Объективно оценивая, в России это лучшее художественное производство ёлочных украшений со своей шкалой, стилем и традициями, именно поэтому их продукция широко представлена и на зарубежных рынках.

В отдельных сетях присутствует продукция старейшей фабрики ОАО «Ёлочка» — средняя цена за изделие 180 — 380 руб. К чести этих производств они НИКОГДА не снижают качества своих изделий, за что, можно сказать, и заплатились отсутствием на полках сетей — цены непроходные для масс-маркета.

Поэтому остальной ассортимент в основных сетях представлен украинскими производителями, которые низкую цену компенсируют низкой стоимостью труда (на Украине около 20 действующих производств ёлочных игрушек, находящиеся, как правило, в небольших городах и селах), но и качеством продукции тоже. Широкий ассортимент при невысокой художественной ценности — вот «визитная карточка» украинских производителей.

Среди них особняком стоит компания «Ирена», выпускающая действительно современную и качественную продукцию мирового уровня в среднем ценовом диапазоне (400 — 800 руб), но и представлена она в основном в сетях премиум-класса.

Общепризнанным лидером во всех номи-

нациях (качество, цена, технологии, дизайн) у игрушек фирмы «МА Мостовски» (Комозья) Польша — они, безусловно, являются шедеврами отрасли, не зря они выставлены даже в Кремле, но и цены на них самые высокие — 1500-10000 руб.

В этом сезоне китайские поставщики значительно превзошли по качеству продукцию украинских производителей. А особенности сотрудничества с сетями уравнили и цены: отличный ассортимент игрушек, интересные дизайнерские решения, технически сложные решения, профессиональная художественная роспись радуют и удивляют конкурентной ценой.

Неприятный момент новогодних продаж — сети за счет экономии на цене товара формируют плохой вкус и отсутствие достойного выбора у потребителей.

Поэтому тенденцией последнего времени является динамичный рост продаж у специализированных новогодних интернет-магазинов и дизайнерских бюро.

Конечно, нам хочется с доброй душой и с чистым сердцем встретить Новый год с симпатичной украшенной приятными игрушками ёлкой, но вопрос ассортимента и художественного выбора остается для большинства покупателей нерешённым, и это, к сожалению, влияет на развитие отрасли в целом.