

## РЕКВИЕМ ПО «СЕНАТОРУ»

Первоначально, два месяца назад, когда я задумывал эту статью, я дал ей рабочее название: «Кто демпирует цены на Senator». Однако, время неумолимо движется вперед, и ситуация меняется. К сожалению, для темы моей статьи, не в лучшую сторону.



Марка немецких пишущих инструментов Senator получила широкую известность в России в середине 90-х годов, когда в стране начал созреть спрос на бизнес-сувениры. Сразу несколько российских компаний начали активно сотрудничать с заводом-изготовителем, что через пару лет привело к тому, что немецкое предприятие решило объявить себя «генеральным» (не люблю этого пафоса, однако, в целях лаконичности буду вынужден употреблять термины мне лично не свойственные и не приятные) представителем на российском рынке, который с успехом и был выбран. Не имея большого опыта торговли на столь неразвитом рыночном пространстве как Россия, тогдашнее руководство завода, на мой взгляд, сразу же сделало ряд ошибок, поставивших их же самих в затруднительное положение. Например, Senator в Европе торгует своими изделиями как на рынке изделий для промоуши, так и на канцелярском рынке. Там, на Западе, рынки давно поделены и конкуренция настолько велика, что никому и в голову не пришло бы ринуться рогам вперед на рынок соседней отрасли, хоть даже и с теми же изделиями, которые на этом рынке пользуются популярностью. И дело здесь не только, и не столько в эфемерно-моральных принципах, сколько в простом расчете – проникновение на новые рыночные пространства требует вложений денег и времени, которое тоже исчисляется зарплатами сотрудников. Поэтому, целесообразность таких скачков может сказаться на показателях фирмы скорее негативно. К тому же, фирмам хватает дел и на своем участке деятельности... Совсем другое дело Россия, где рынок в те годы лишь зарождался, конкуренции не было (да и до сих пор нет), а зарплаты настолько низки, что каждый считал своей обязанностью лезть, куда только голова пролезает. Учитывая и то, что производительность труда в России не измеряется вообще никак, критерием для выдачи зарплаты является средняя зарплата по отрасли или по профессии, работники имеют возможность и даже поощряются своим руководством (таким же безграмотным в экономическом аспекте) действовать на собственное усмотрение. Никто не считает, сколько потрачено времени впустую на развитие заранее обреченного на провал проекта, в то время, когда могла бы выполняться вполне конкретная работа. Но, к делу!

В России образовались несколько поставщиков ручек Senator на «канцелярский» рынок плюс один-единственный официальный представитель по торговле ручками на рынок бизнес-сувениров. С этого момента началась отчаянная борьба за цены, ибо с первого момента существования такой системы, все участники ее стали торговать изделиями своего поставщика по принципу: «Мне наплевать кто ты и откуда, главное, чтобы ты купил у меня». Эта ситуация не могла не привести на край пеновой катастрофы, особенно в России, где вопрос цены и до сих пор является основным. Именно такая ситуация и сложилась к началу двухтысячных годов. Надо отдать должное мудрости и дальновидности руководителя фирмы-представителя

Senator на рынке бизнес-сувениров, который повел неуступную борьбу с демпингом цен, и всячески старался упорядочить положение с торговлей этой маркой. Так родился письменный договор, в котором устанавливались минимальные продажные цены на изделия Senator, и который подписывали ежегодно все те, кто официально покупал эти изделия на заводе.

Моя фирма в эти годы находилась под особым надзором со стороны как официального представителя в Москве, так и представителей завода, которые посещали меня дважды в год. На каждой встрече, кроме основных вопросов сотрудничества, обязательно обсуждались вопросы ценовой политики моей фирмы в России. Мы не всегда находили общий язык, ибо мои отношения с Senator носят особый характер в связи с тем, что я торгую их изделиями на двух рынках – в Финляндии и России, а также и потому, что уже семь лет мы сами собираем 11 моделей ручек на нашем российском производстве. Я не каждый раз мог убедить представителей Senator в том, что собранные на нашем производстве ручки могут и должны быть дешевле собранных в Германии, иначе в этом просто отсутствует смысл и разум. Однако я и сам понимал и понимаю, что слишком дешевыми эти товары просто быть не должны, ибо являются своеобразным Мерседесом пишущих инструментов Европы.

С большим сожалением я должен отметить, что все написанное выше уже принадлежит истории. Развитие марки в последние годы приобрело совсем не те черты, которые я хотел бы видеть. Не знаю, что повлияло на это – не очень удачная, и уж совсем несвоевременная покупка фирмы Rou Bill, или еще какие-то обстоятельства, однако, положение изменилось сначала сильно, а за последние несколько месяцев просто катастрофически. За последние два года из компаний уволились или были уволены практически все те, с кем было приятно и интересно работать, начиная с генерального директора. Новые люди мало знают об истории совместных отношений, да и вообще о самой торговой марке. Полтора года уже никто из представителей Senator не появлялся в нашем офисе, хотя мы по-прежнему являемся самым большим клиентом завода в Финляндии, и может быть даже в Скандинавии. Но не это главное...

Произошли не только изменения в составе работников завода и фирмы Senator, но и связанные, видимо, с этим из-



менения в пеновой политике. Я обратил внимание в этом году, что больше не могу конкурировать с московскими фирмами, мои цены больше не являются конкурентоспособными, а значит, продажи на российском рынке для меня практически закончились. «Ну и прекрасно!» – скажут те, кто продолжает продажи марки Senator на этом рынке, однако, на мой взгляд, ничего хорошего в этом нет. Мои цены остались на уровне прошлых лет, когда я продавал ручки наравне с моими московскими конкурентами. Теперь же, они предлагают любому позвонившему в их фирму, по крайней мере, 45% скидки с прайс-листа, который должен являться основой для продаж этих изделий. Купить Senator за «полцены» может кто угодно, в последний раз это сделал мой бывший сотрудник, который приобрел их как физическое лицо. Я не просто не хочу, но просто не могу себе позволить таких цен, ибо моя закупочная цена практически равняется тем ценам, которые предлагаются в Москве как цены продажи. Зачем Senator делает это? На этот вопрос я пытаюсь найти ответ уже два месяца. Думал сам, звонил тому, кто считает себя моим «региональным менеджером».

То, что Senator уже давно не производит свои изделия в Германии, знают все, кто хоть раз проезжал мимо завода, не говоря уже о тех, кто его посетил. Количество производственного оборудования в Гросс-Биберау может соответствовать, от силы, потребностям опытного производства, что, скорее всего, и является действительностью. Собственные заводы в Индии, теперь в Польше, и контрактные производства в Китае – вот основа производственной мощи, заявленной торговой маркой Senator в своих каталогах и рекламных материалах. (Немного жаль наивных руководителей фирм, которые на страницах конкурирующих изданий поют дифирамбы качеству «немецких» ручек Senator, обманутые рекламой и атмосферой строгой секретности в самой фирме, однако за наивность тоже кто-то должен платить). Пытается ли Senator такой ценовой политикой снизить давление конкуренции со стороны азиатских производителей подобных изделий? Но тогда это чрезвычайно глупо, ибо, с одной стороны, никто не может выдержать ценовой войны с Китаем, а, с другой стороны, такое снижение цен лишь «удешевляет» саму марку изделий Senator. Или так плохи дела у завода, что другой возможности как демпинг цен на собственные изделия просто не найдено новым



руководством? В таком случае, можно посоветовать руководителем фирмы Senator совершить экскурсию на заводы Daimler или BMW, которые, несмотря на не очень хорошие времена для себя, мужественно продолжают производить автомобили в Германии, и не стараются снизить их продажную стоимость до уровня корейских конкурентов. Или уж совсем близкий пример швейцарского завода Prodir, который не только декларирует производство ручек в Европе, но и делает так, изготавливая на своих четырех заводах великолепные образцы пишущих инструментов, как в части качества, так и дизайна. И не пытайтесь составить конкуренцию китайским дешевым ручкам.

Что же останется на руинах торговой марки Senator после того, как производство уже переведено в «дешевые» зоны, а цены на изделия сравниваются с индийскими или китайскими? Чем тогда торговая марка будет стимулировать свои продажи и чем будет отличаться от никому не известных брендов? На ручках уже несколько лет штампуются слово: «Germany» в том месте, где раньше стояло «Made in Germany». Слово «Германия» не означает ничего, и уж, во всяком случае, не имеет отношения к стране производства изделий, что знают и в Азии, где каждый производитель имеет полное право сделать на своих ручках штамп с названием любой страны: Германия, Россия, Финляндия, Австрия, Италия,.... Неужели в погоне за неясной целью, растворится труд нескольких поколений владельцев семейного бизнеса Senator, который в последние двадцать лет управлялся, на мой взгляд, гораздо более грамотно посторонним руководителем, чем теперь представителем семьи владельцев. Жаль не столько десятилетней истории моего взаимовыгодного сотрудничества с заводом, но, в первую очередь, жаль саму марку Senator, которую успел полюбить и привыкнуть к ее лаконичности в дизайне и немецкой практичности в использовании.

*«Я не отвергаю идеалов, я только надеваю в их присутствии перчатки».*  
Ф.Ницше

Лео Костылев

**ENG**  
Incompetent guidance and price discrimination of the business partners may lead company to loss in popularity among existing clients. That is what seems to happen to former powerful and respectful Senator firm, who recently was one of the main players on the high quality writing-materials market in Russia.