



# ТЕМНАЯ ЛОШАДКА ИЛИ ОЧЕНЬ СВОЕВРЕМЕННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ?

**На российском ювелирном рынке появился новый игрок – цепевязальный завод «Титан». Опытный – более 10 лет работы в отрасли – менеджмент. Новейшее оборудование. Актуальный ассортимент. Расширенный сервис для оптовых покупателей. Амбициозные планы по продвижению и построению бренда... Все это прекрасно! Но насколько своевременно? Готов ли рынок принять нового участника? Воспользоваться его предложениями? Не будет ли он отнимать хлеб у более опытных компаний? Не побоятся магазины связать свою судьбу и бизнес с новым, малоизвестным пока предприятием? Мы адресовали эти вопросы руководителям известных розничных ювелирных компаний: Нине Глушаковой, генеральному директору сети ювелирных магазинов «Оливин» (Барнаул), и Владимиру Никулину, генеральному директору ювелирного салона «Норис» (Каменск-Уральский).**



**Нина ГЛУШАКОВА,**  
директор  
сети ювелирных салонов «Оливин»



**Владимир НИКУЛИН,**  
генеральный директор  
ювелирного салона «Норис»

**Как вы оцениваете сегодняшнюю ситуацию на российском рынке ювелирных изделий массового спроса?**

**Нина Глушакова:** В последнее время на рынке наметился рост. Временный уход покупателей в серебро завершился. Золото опять востребовано и именно в массовом сегменте.

**Владимир Никулин:** На мой взгляд, рынок занял центральное балансирующее положение: нельзя говорить ни о стагнации, ни о застойных явлениях. Если сравнивать с положением годичной давности, можно констатировать: покупательская способность и интерес к украшениям выросли.

**Изменились ваши требования к производителям по сравнению с докризисным, 2007 годом?**

**Н. Глушакова:** Они все время меняются в соответствии с требованиями покупателей. Клиент стал более внимательным, разборчивым. И мы занимаем такую же позицию. Что это значит? При выборе производителя обращаем внимание на финишную обработку изделий. Замечено: если есть проблемы с финишной обработкой – к украшениям сразу падает интерес.

Особое внимание – дизайну. Конечно, классика востребована всегда, но обновление дизайна, расширение модельного ряда желательно. Использование новых технологических

возможностей – просто обязательно! Например, сегодня покупатель ждет легковесных цепей, но не полых. Клиент понял, что пустотелые изделия хороши, но менее износостойкие и в эксплуатации более прихотливые, поэтому он требует от производителей новых решений.

**В. Никулин:** Сегодня мы – розница – работаем с производителем значительно теснее, чем в недалеком прошлом. В первую очередь это связано с постоянно меняющимися запросами покупателей. Поэтому наши основные требования к поставщикам следующие:

- мобильность – быть готовыми оперативно реагировать на изменение спроса;
- широкий ассортимент – покупателю нужно предлагать максимум изделий на выбор;
- ориентация на требования жителей конкретного региона;
- высокое качество продукции. Здесь я имею в виду не только финишную обработку, но и особенности дизайна. Возьмем, к примеру, цепи 40–45 сантиметров одного из ведущих цепевязальных заводов. Замок выглядит несоизмеримо большим по сравнению с таким компактным изделием. Это сразу бросается в глаза. Почему бы не подогнать замок под размер цепи?

Немаловажное значение – человеческий фактор: возможность заключения и соблюдения внутренних джентльменских договоренностей. Надежность и порядочность.

**Появление новых ювелирных заводов – это плюс или минус для вас и вашего бизнеса?**

**Н. Глушакова:** И для меня, и для моих клиентов появление нового производителя – большой плюс. Конечно, в том случае, если он предлагает достойную продукцию – оптимальное соотношение цена-качество. Поэтому я всегда отслеживаю выход новых предприятий на ювелирный рынок.

**В. Никулин:** Новый игрок на рынке – всегда плюс. Это свежее веяние, интересные предложения. К тому же это конкурент для существующих компаний, а значит – дополнительный стимул к их развитию. Так что от выхода новых компаний рынок только выигрывает.

Для нас как для покупателей есть свои преимущества – обновленный ассортимент, сервисное обслуживание...

**Насколько обосновано открытие нового ювелирного завода именно сегодня? Готовы ли вы закупать у него продукцию и на каких условиях?**

**Н. Глушакова:** Наш рынок не избалован большим количеством цепевязальных предприятий и особым разнообразием ассортимента. Новинки в этом сегменте появляются нечасто. Крупнейшие поставщики стали открывать в регионах собственные магазины, таким образом составляя нам конкуренцию. Признаюсь, в такой ситуации работать становится не очень комфортно. Появились проблемы с поставками – иногда заказы удовлетворяются в срок только на 30–40%. Это срывает мои финансовые планы. Поэтому появление нового цепевязального завода вселяет некий оптимизм. И я считаю это событие очень своевременным.

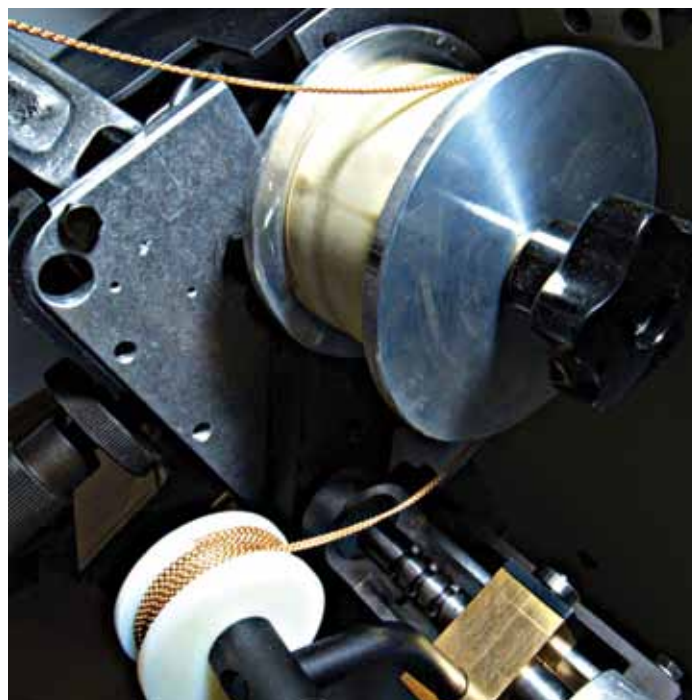
**В. Никулин:** Появление нового игрока сегодня – явление закономерное. Дело в том, что определенная тенденция на рынке уже сложилась, в каждом регионе сформировался свой покупательский спрос. Но говорить о том, что у нас избыток предложений, не приходится – как раз наоборот: порой наблюдаются недопоставки топовых позиций. Новые производители могут прикрыть эту брешь.

Мы – розница – защищаем интересы своего покупателя, поэтому вопросы ассортимента и качества для нас первостепенны. Так что если предложение нового участника рынка будет для нас интересно, с удовольствием будем закупать у него продукцию.

**Вы не опасаетесь подвоха? Все-таки новый игрок – темная лошадка...**

**Н. Глушакова:** Прежде чем начать работать с новым поставщиком, я тщательно изучаю его возможности и предложение. Для меня важно все: финансовая репутация, оборудование, лигатура... За долгие годы работы мы много сделали для того, чтобы наш покупатель стал грамотным, чтобы он разбирался в ювелирных изделиях... Я должна быть уверена, что предлагаю ему качественный товар по адекватной цене.

По такой отработанной годами схеме я начала знакомство с «Титаном». Побывала на производстве, ознакомилась с планами, изучила стратегию развития. По результатам могу предположить, что это перспективное предприятие. Я хорошо знаю управленческую команду «Титана» – это профессиональные грамотные специалисты, нацеленные на развитие, расширение, результат.



**В. Никулин:** Мы никогда не кидаемся в омут с головой. Начинаем работать с новой компанией на малых объемах. Проверяем на деле и качество изделий, и сроки поставок, и соблюдение договоренностей. Если продукция качественная, пользуется спросом, предприятие надежное – увеличиваем закупки, расширяем сотрудничество.

**Могут ли старые поставщики расценить ваше сотрудничество с новыми производителями как нелояльность по отношению к себе?**

**Н. Глушакова:** Исключаю такую возможность. Это же естественный отбор: кто не перестраивается, не считает нужным работать на конечного потребителя, учитывать его интересы и требования, со временем выбывает из списка наших партнеров. Кто готов предоставлять дополнительные сервисы покупателям и не перекладывает всю работу с ассортиментом на розничного продавца, кто готов помочь информацией – только расширяет свое присутствие на наших прилавках.

В конце концов у покупателей должен быть выбор. И я хочу предлагать клиентам качественную продукцию от различных производителей.

**В. Никулин:** Есть такое выражение: «Бизнес – и ничего личного». Мы создавали предприятие, в уставе которого первым пунктом значится: «Извлечение прибыли». Следуя уставу и законам рынка, мы, как и любая другая компания, будем закупать продукцию того производителя, который даст лучший ассортимент, лучшее качество, лучший сервис. Рынок диктует свои условия.



**ЗАО «ТИТАН»**  
141006, Мытищи,  
Олимпийский проспект, 38  
Тел.: +7 (495) 646-72-57  
inbox@goldleader.ru  
www.goldleader.ru  
www.цепи.рф