

Не упусти свой шанс



Лео Костылев,
Президент МАПП

КОГДА Я ЗАДУМАЛ НАПИСАТЬ ЭТУ СТАТЬЮ, КРЫМ БЫЛ ДЕ-ФАКТО УКРАИНСКИМ И НИ О КАКИХ САНКЦИЯХ ПРОТИВ РОССИИ НИКАКОЙ РЕЧИ ЕЩЁ НЕ ВЕЛОСЬ. ВОЗНИКШИЕ НОВЫЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА ПРИДАЮТ МОЕЙ АРГУМЕНТАЦИИ БОЛЕЕ ЗАКОНЧЕННЫЙ ВИД, ОДНАКО, ПОКА Я НЕ ПОНИМАЮ, МОГУ ЛИ РАДОВАТЬСЯ ЭТОМУ.

Наша отрасль возникла на пустом месте в начале 90-х. С появлением частного бизнеса и конкуренции появилась и потребность в коммуникационных продуктах, хотя мало кто тогда смог бы сформулировать этими словами то, что мы начали делать. Поскольку идея дарить подарки от лица фирмы пришла в Россию с Запада, то и сами изделия как-то автоматически стали поступать оттуда же. Хотя, справедливости ради надо отметить, что Россия того времени производила мало того, что можно было бы использовать в целях корпоративных дарений. И вот, с течением времени, менялась российская жизнь, экономика и политика, но подавляющая часть бизнес-сувенирной продукции продолжала поступать в Россию из-за рубежа. Адреса её поставщиков лишь переменились с западных на восточные, но главный принцип продолжает соблюдаться и по сей день. За четверть века в стране появилось всего несколько предприятий, которые производят продукцию для нашей отрасли, и ещё несколько, которые хоть и производят её в России, но тщательно скрывают это. Например, мы знаем ежедневники российского производства, несколько компаний производят ручки, были

КОНЕЧНО, В РОССИИ И ВОООЩЕ СЛИШКОМ МАЛО ПРОИЗВОДСТВ, НО ДОЛЖНО ЛИ ЭТО ВЛИЯТЬ НА НАС, ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОЙ ОТРАСЛИ? ВЕДЬ НАША ОТРАСЛЬ ОСОБАЯ — ЗДЕСЬ ПОТРЕБИТЕЛЕМ ТОВАРА ЯВЛЯЕТСЯ ВСЕГДА СО ВСЕМ НЕ ТО ЛИЦО, КОТОРОЕ ЗА ПРОДУКЦИЮ ПЛАТИТ, И, ЗНАЧИТ, ЗАКОНЫ МАРКЕТИНГА НЕ ДЕЙСТВУЮТ У НАС С ТОЙ ПРЯМОЛИНЕЙНОСТЬЮ, КАК ЭТО ПРОИСХОДИТ В БОЛЬШИНСТВЕ ДРУГИХ ОТРАСЛЕЙ. В КОНЦЕ КОНЦОВ, ОТ НАС С ВАМИ ЗАВИСИТ, КАКИЕ ПОДАРКИ МЫ ПРЕДЛОЖИМ НАШИМ ЗАКАЗЧИКАМ.

попытки производить рекламный текстиль (не знаю, увенчались ли успехом), пара компаний делает бейсболки, ну и конечно, типографии научились производить вполне приличные настенные календари. Но это и всё, если, конечно, я не забыл пары-тройки других. Кроме этого ещё существуют возродившиеся буквально из пепла предприятия народных промыслов, но серьёзного места на рынке корпоративных

подарков они, к сожалению, не занимают. В то время как потенциал российского рынка весьма значителен, и профессионалов на нём работает сегодня достаточное количество.

Конечно, в России и вообще слишком мало производств, но должно ли это влиять на нас, представителей рекламно-сувенирной отрасли? Ведь наша отрасль особая — здесь потребителем товара является всегда совсем не то лицо, которое за продукцию платит, и, значит, законы маркетинга не действуют у нас с той прямолинейностью, как это происходит в большинстве других отраслей. В конце концов, от нас с вами зависит, какие подарки мы предложим нашим заказчикам. И я более чем уверен, что за годы существования отрасли воспитала тысячи профессионалов, которые уже давно не воспринимают себя

материально благополучных людей. Нет, во всяком случае, мне это не подходит! То есть, я не против того, чтобы китайцы богатели, но я категорически возражаю против того, чтобы быть источником их богатства. И предлагаю всем участникам нашей отрасли разделить со мной это желание. В конце концов, от нас зависит, что получат люди этой страны в виде корпоративного подарка, например, на Новый год. И если мы сможем предложить достаточное количество хороших по качеству и не очень дорогих отечественных изделий, то наш бизнес превратится из тупого и конвейерообразного «заколачивания» денег в важнейший механизм по поднятию как самой российской экономики, так и её престижности. По крайней мере, если нам

ВРЕМЯ ОТ ВРЕМЕНИ В НАШЕЙ ОТРАСЛИ ВОЗНИКАЮТ РАЗЛИЧНЫЕ АССОЦИАЦИИ, И ГОСПОДИ, КАК БЫВАЕТ СМЕШНО ЧИТАТЬ ЗАДАЧИ, КОТОРЫЕ ОНИ СТАВЯТ ПЕРЕД СОБОЙ, ТИПА: «ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОТРАСЛИ В СРЕДЕ КОНЕЧНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ» ИЛИ «УПОРЯДОЧИВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ» И Т.П. В ТО ВРЕМЯ, КАК ПЕРЕД ГЛАЗАМИ ВСЕГДА БЫЛА И ЕСТЬ ВЕЛИКАЯ И БЛАГОРОДНАЯ ЦЕЛЬ — ПРОПАГАНДА ПОДАРКОВ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК ПОСИЛЬНЫЙ ВКЛАД ОТРАСЛИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОЦВЕТАНИЕ РОССИИ.

частью обслуживающего персонала (по принципу: «Чего изволите?»), а вполне способны быть независимыми консультантами заказчиков, от которых, в итоге, зависит принятие тех или иных решений.

Время от времени в нашей отрасли возникают различные ассоциации, и господа, как бывает смешно читать задачи, которые они ставят перед собой, типа: «популяризации отрасли в среде конечных заказчиков» или «упорядочивания конкуренции» и т.п. В то время, как перед глазами всегда была и есть великая и благородная цель — пропаганда подарков отечественного производства как посильный вклад отрасли в экономическое процветание России. Ведь чем, в конечном счёте, важна собственная производственная база? Тем, что вся добавочная стоимость, возникающая в процессе превращения труда в капитал, остаётся внутри страны. В России часто слышны жалобы на маленькие зарплаты и пенсии, но ведь если страна, по сути, живёт на комиссионные, а большая часть денег уходит к производителям и перевозчикам за границу, то иначе и быть не может! Вдобавок в стране, которая пользуется своей локальной валютой. Объясню: локальная валютная система является замкнутой, и если часть денег утекает к зарубежным поставщикам, то вернуть их назад можно только соответствующим количеством экспорта. Россия, как мы все знаем, экспортирует, в основном, углеводороды, и получается, что страна меняет бесценные и не бесконечные природные ресурсы — нефть и газ — на различного рода безделушки. И, что ещё более дико, большинство их производится из пластмассы, которая является продуктом переработки той самой нефти.

На выставке в Москве один закупщик из большой сети книжных магазинов, посмотрев на мои ручки и приценившись, отреагировал: «А зачем? Я лучше в Китае куплю». Конечно! Он купит ручки в Китае, я скачаю книги в интернете, куплю детям вместо красок и карандашей iPad, и чего же мы вместе добьёмся? Бизнес того и другого будет развиваться вяло, а ещё несколько сотен или тысяч китайцев пополнят многомиллионную армию статистически

в процессе всей нашей деятельности удастся изменить психологический стереотип, ставший за годы советской власти императивом, о том, что произведённое в России не может быть хорошим, каждый из нас сможет сказать себе, что жизнь прожил не зря.

Именно таким образом легче всего может быть достигнута самая широчайшая популяризация нашей отрасли как важного социального проекта. А если мы сможем, создавая и модернизируя наши производства, учитывать современные требования экологии, то думать о продвижении и рекламе отрасли не придётся вообще — все информационные источники страны встанут в очередь за информацией о наших начинаниях.

Давайте же вместе наполним смыслом то, что мы уже умеем делать — маркетинг подарков. Давайте найдём в себе мужество и откажемся от дорогостоящих и вредных для планеты межконтинентальных перевозок, излишних упаковочных материалов и снизим количество пластмассовых изделий в наших ассортиментах до предельного минимума. Бессмертие человека является вопросом веры и никем не доказано, бессмертие пластика — факт. Это ли хотим оставить потомкам в память о себе?

Закончу тем, с чего начал. Я не уверен, что Россия окажется в экономической или даже политической изоляции. Мало того, мне даже думается, что вся история с Украиной является неким «византийским» проектом США: воспользоваться ситуацией для ослабления, а ещё лучше уничтожения своего главного конкурента, которым, конечно же, является не Россия, а набирающий в мире вес и авторитет Европейский Союз с его альтернативной доллару валютой. Но не будем о них. России предоставлен очередной шанс создать прочные экономические механизмы, действующие вне зависимости от внешних условий. В стране достаточно населения и территории для того, чтобы работать на собственный рынок, выпуская всё для него необходимое. И мы просто обязаны не только думать об этом, но и показывать пример другим.