

PSI-АЙ-АЙ!

Вот и закончилась уже в сорок третий раз выставка PSI. Дюссельдорф наполнился и распух на три январских дня и судя, выпустив как воздух сквозь узкое горлышко аэропорта, посетителей и участников грандиозного шоу бизнес-подарков. Наверное, через месяц мы прочитаем о том, что снова были побиты прошло-

целесообразными для её проведения. Удивительно, что московские выставки, собирающие в десятки раз меньше экспонатов, однако, сравнимое количество посетителей работают по четыре, а то и по пять дней, хотя для осмотра экспозиции и переговоров с участниками вполне хватает одного дня. Участвуя сам в этих выставках, я ни разу

даже разных культур, и мнения различные, вне зависимости от геополитических составляющих. У финнов есть поговорка, что «красота в глазах смотрящего». Так вот и польза от подобных мероприятий, мне кажется, тоже, если позволите так выразиться, «в глазах видящего». Конечно, кого-то «усыпляет» то, что в течение многих лет одни и те



годние рекорды посещаемости, что участников выставки в этом году было больше на столько-то процентов, чем в прошлом году, и что шоу этого года было несравненно лучше предыдущего. А было ли?

Сумели ли посетители найти для себя что-то новое или, по крайней мере, полезное в этом году? Смогли ли найти взаимопонимание у своих поставщиков, и договорились ли о дальнейшей деятельности и её условиях? Выставка ведь действительно растёт с каждым годом, и теперь просто обойти её и осмотреть каждый стенд за те три дня, которые организаторы считают

не встречал там одного и того же посетителя в течение нескольких дней подряд. А здесь приходится выбирать между осмотром стендов и поиском новых поставщиков и товаров и переговорами с уже имеющимися поставщиками о планах на начинающийся год, либо запастись достаточным количеством сотрудников и поделить задания между ними. Так или иначе, но полного представления о выставке у одного человека больше не может быть, ну просто никак. Отчасти поэтому мнения о выставке у тех, с кем я разговаривал, очень отличаются. Один доволен взахлёб, а другой, наоборот, с кривым ртом. Разные люди, из разных фирм, и

же фирмы представляют один и тот же товар, на одном и том же месте, и даже сами стенды меняются очень редко. Однажды добейся ближе, уже просматриваются новинки года, а, войдя внутрь, оказывается, что изменилось достаточно много. Да и как иначе! Подарки – бизнес новинки. Никто не станет покупать один и тот же товар из года в год, поэтому «новинка» – второе название нашего бизнеса. И пусть иногда эти новинки нужно опознавать как в задании «найди пять различий», всё же они составляют суть движения в нашем бизнесе и являются его королем. Огромные многонациональные подарочные фирмы заявляют

о тысячах новых изделий, более специализированные или просто сфокусированные фирмы — о нескольких или даже одном новом изделии, однако, нет такого стенда, где разговор не начинался бы именно с этой темы. И даже если вы новый клиент, и поэтому все изделия фирмы для вас новы, всё равно вы будете слушать о новинках этого года или новых коллекциях.

явно не в их пользу. Единственным способом уцелеть в этом меняющемся мире является укрепление с одной стороны, и усиленное брендингирование своего товара — с другой. И, пожалуй, упёртость с третьей, если такая сторона есть. Ибо без неё в голову не может не приходить мысль о том, что в Китае всё производить дешевле. Даже бренды, даже очень известные, и даже те, ко-

ратующих за развитие производства в России в автобус и прокатить их по немецким просторам. А в сопровождающие дать несколько свежеразорившихся предпринимателей, чтобы те, у кого в голове есть мозг, поняли, что производство никакая не панацея ни от чего, и ориентиры в современном хозяйстве нужно искать совсем иные. Зачем выпускать то, что уже выпускается



Европа легла на бок, как утопающий корабль, и это тоже очень чувствуется на выставке. Преуспевают, в основном, те, кто закупает товар у восточных производителей, ориентированных на доллар. Евро дорожает, и европейский производитель каждый вечер ложась спать, не уверен, проснется ли он утром производителем или банкротом. И так немногих оставшихся в действии производителей из развитых стран Евropy с каждым годом становится всё меньше и меньше. А тех, кто ещё что-то производит на этом континенте, рассматривают с интересом и восхищением, как отчаянных смельчаков и сорвиголов. Ситуация

торые с успехом производились многие годы в Европе. Поэтому голландцы улыбаются шире немцев, улыбки последних всё больше напоминают гримасу мученика. Голландия уже давно ничего, кроме цветов, не производит, а Германия еще до недавнего времени считалась чуть ли не единственной страной-производительницей в Европе. Куда уж теперь производить с одиннадцатипроцентной безработицей!

Глядя, как барахтается Германия в тисках ею же изобретённой экономической модели, и ею же горячо пропагандируемой валюты, невольно приходит мысль посадить российских политиков,

кем-то по более выгодной цене и достаточного качества. Просто из патриотизма, больше напоминающего идиотизм? Или от недоумия и неадекватности? Угнаться за теми, кто стартовал уже давно чрезвычайно трудно, и для этого необходима либо мобилизация всех имеющихся сил и ресурсов, либо энтузиазм и выпученные, как у Петра Первого в исполнении Симонова, глаза, а в них огонь, сжигающий изнутри. Ни того, ни тем более другого, в России не наблюдалось, пожалуй, именно с тех самых петровских времен. Государство провозгласило свою волю к развитию производства в стране, но само ничего не дало и

не мобилизовало, только закручивает гайки, а энтузиазм, с легкой руки «народных артистов», вообще иначе, чем «энтузиазмом» никто не называет, не говоря уже о горящих глазах, которые легко прослеживаются у российских граждан лишь по утрам от жгучего желания опохмелиться.

Страна, которая ни хрена не делает для своего благополучия, а лишь принимает законы о новых и новых праздниках, чтобы не делать ещё ни хренае преж-

дней вперёд китайской экономикой, строгое ориентированной на этот самый зелёный рубль, создают наиболее благоприятные условия для существования и развития как раз этих двух стран. И даже китайцы, наверное, не сильно подозревают, в какую игру заманили их американские друзья, ибо выбор валюты для китайцев был обусловлен не чувствами (как в случае с Россией, где народ просто доверил доллару, как деревенская красавица гармонисту, и раск-

мом значении переводится как «кустарник». Вот так, в традициях «кустарей» папа-Буш научил на деньги американских налогоплательщиков Бен Ладена воевать, снабдил его оружием и деньгами для борьбы с русскими в Афганистане, а теперь их дружба переросла в нечто большее не только для их семейств, или даже стран, но и для всех нас еще живущих. И так же, Буш-младший, стараясь не отступать от отца, пытается согнуть Европу и подчинить её своей во-



него. Экономика, живущая сама по себе, — это Россия настоящего, однако, всё же лучше, чем предыдущая советская, жившая как «завещал великий Ленин». По крайней мере, неподдающаяся никакому анализу и трезвому расчёту, российская экономическая модель, в какой-то степени, защищена от диверсий со стороны «мирового капитала». Ибо кризис экономической модели Европы и расчитан безошибочно и до мелочей в американских научных лабораториях.

Намеренная слабость доллара в сочетании с безостановочно

рыл перед ним если не душу как завязку сарафана, то уж карман), а разумом, ибо Америка была и остаётся самым крупным клиентом.

Буш-сын, в первые месяцы своего правления был очень настроен на конфликт с Европейским союзом, однако, успокоенный умными консультантами, был убежден ими, что более в семейной традиции будет свалить врага исподтишка, чужими руками, и желательно, на него же, врага, территория президента в переносном смысле означает «ходить вокруг да около», да и в пря-

ле, а в итоге, не исключено, что, задушив европейское производство, нам не останется ничего другого, как закупать больше и больше товаров в Китае, товарооборот с которым перерастет показатели Америки, и китайцы решат переориентироваться на евро, и тогда дети Буша не скажут «спасибо» папе за те руины, в которые превратится в одночасье родины.

Однако, всё это весьма далеко от подкованных и выставок, которых мы начали разговор, хотя и имеет к ним непосредственное отношение. Россия всё

ещё является пассивным участником выставки PSI, и хотя русской речи с каждым годом слышится всё больше в павильонах в Дюссельдорфе, русские пока только посетители. Хотя совсем недалёк тот день, когда и российский товар будет появляться там. Первые попытки российских, а также украинских компаний уже были. Однако постоянства нет пока. Да и понятно. Экспорт — это отдельный сложный и специфический производ-

такое количество товара, чтобы выполнить все полученные на него заказы. Воспитанные во времена дефицита, российские предприниматели воспринимают идею о том, что заказчик всегда прав лишь тогда, когда сами являются заказчиками. Тогда же, когда от них требуется точность и чёткость в выполнении обязательств, настоящая забота о выгоде клиента, они лишь тяготятся общением со своими клиентами, и предпочитают не очень загружать себе голову «ненуж-

себя на этой выставке, должны прежде всего заглянуть внутрь себя и покопавшись там, найти те причины, по которым выставка не удалась. Запрягай!

Лео Костылев



что-либо, часто ошибочно считают, что это и есть главное. Был бы товар, а кому и как его продать всегда найдется. PSI, в действительности, представляет прекрасную возможность найти кому продавать, однако, как продавать, нужно учиться самому. И здесь, мне думается, возникают самые большие сложности. Если российский производитель привык, в основном, к тому, что нужно ломать голову над тем, как сбыть всё то, что уже выпущено, то в Европе вполне может сложиться ситуация, когда придётся решать вопрос о том, как успеть выпустить

ными заботами». Европейский поставщик, с которым вы работаете уже много лет, каждый раз при встрече не забывает спросить: «Что я могу ещё сделать для тебя»? И действительно имеет это в виду! И знание того, чего ты ещё хотел бы от своего поставщика, правильная постановка задачи перед ним, тоже являются залогом состоявшегося визита на выставку.

На выставку ездят работать все, экспоненты и посетители. Именно поэтому она и существует так давно, и становится больше год от года. Те же, кто считает, что ничего не нашёл для