

Лео Костылев, президент МАПП

НЕТ, НАШЕ!

– Семён Васильевич, это его дело.

– Нет, наше!

Э. Брагинский, Э. Рязанов

Безусловно, тесть Димы Семицветова из рязановского фильма «Берегись автомобиля» задуман как персонаж гротескный, однако при всей своей каламбурической вербальности и наивной беззастенчивости, которые свойственны людям его жизненного пути, говорит-то он вещи правильные. В высшем руководстве современной России большинство составляют оставшиеся военные, однако никто из них даже в самый свой лучший день не поднимается до таких высот понимания общегосударственных задач и методов их решения. А попытки управлять экономикой армейскими методами не могут привести к положительным результатам, что мы и наблюдаем вокруг себя. Двоичная логика, свойственная армии: да-нет, свой-чужой, старший-младший, друг-враг, правда-ложь – совсем не подходит для эффективной организации процессов в хозяйственной деятельности, где их необходимо понимать более широко, и где кроме «да-нет» могут существовать также: и да, и нет; ни да, ни нет; не говоря уже о «да-да» (например, обоюдывгодная коммерческая сделка) и «нет-нет» (когда предприниматель вынужден выбирать один из двух плохих вариантов).

Да и вообще, экономика – механизм куда более сложный, напоминающий армию не более, чем самодельный самокат – космический корабль.

У рыночной экономики, выбранной Россией в 91-м, по сравнению с социа-



листической, плановой – совсем немало преимуществ, и одним из главных является свобода предпринимательской деятельности. Российская экономика, к сегодняшнему дню уже почти полностью поглощённая государством, да ещё с таким невероятных размеров контролирующим аппаратом, с каждым годом становится всё менее похожей на рыночную. В таком её виде она потеряла все преимущества прежней, социалистической, экономической формации и гордо отринула преимущества новой – капиталистической. Ярким подтверждением губительных последствий такой экономической политики стали важнейшие прошлогодние решения.

Повышение пенсионного возраста – мера вполне логичная и правильная. Для какой-нибудь европейской или

восточноазиатской страны, где продолжительность жизни велика, пенсии высоки, а ресурсов мало. Однако для России, где люди, в особенности мужчины, еле-еле доживают до нынешнего пенсионного возраста (к 2014 средний возраст мужчин достиг 60 лет, в 2018 – 63,5 года), она никак не может быть оправдана. Если, конечно, не предположить, что государство находится на грани банкротства.

Арифметические подсчёты, доступные даже ученикам первых классов школ, показывают, что отчислений в пенсионный фонд с зарплат работающих (72 млн – здесь и далее данные из официальных источников) должно хватать на те пенсии (14100 руб.) и то количество пенсионеров (42 млн), которые в России имеются. Почему же не хватает? Причин этому может быть бес-

счётное множество, но первым в голову приходит нецелевое использование Пенсионного фонда. А значит, денег в стране катастрофически не хватает.

Вторая мера российских властей – повышение НДС на ЦЕЛЬХ 2 % – вообще была воспринята народом как-то уж слишком легко. Повышать налог с физических лиц в стране, где зарплат большинства граждан хватает лишь на оплату проживания и пропитания, является, с моей точки зрения, безнравственным. И те, кто эту меру принимал и утверждал, не могут не понимать этого. А если так, то сделать это их заставила крайняя необходимость. Опять мы приходим к выводу, что экономические дела России совсем плохи.

Несмотря на низкий подоходный налог, россияне и так платят слишком много государству. Если сложить все прямые и косвенные налоги физических лиц – от зарплаты останется не более 20 %. В этих условиях увеличение налоговой нагрузки ещё на 2 % является серьёзным ударом по семейным бюджетам.

К сожалению, нас (случайно или намеренно) не обучают пользоваться собственным мозгом для анализа фактов, нас окружающих. Мы приучены верить не словам, а говорящим их. Достаточно посадить перед экраном телевизора пару не сильно проворовавшихся министров и к ним в придачу пару седовласых академиков, которые скажут, что экономика страны показывает устойчивый рост, и подавляющее большинство в это поверит, а маргинальной группой сомневающимися можно просто пренебречь.

Я отношусь как раз к этой маргинальной группе. И если о российской экономике в целом я могу судить лишь поверхностно, доверяя лишь собственной интуиции, ибо не обладаю всей полнотой необходимой для этого информации, то о бизнес-сувенирной отрасли, в которой я работаю уже тридцать лет, у меня представление более конкретное. Тем удивительнее было читать появившиеся в конце прошлого года статьи в различных российских сетевых изданиях на эту тему: «Сей-

час промопродукция востребована как никогда – говорят опрошенные «НП» участники сувенирного рынка», – уверенно заявляет журналист, повторяя дословно слова одного из участников рынка.

ОДНОГО, подчёркиваю.

Это ЕГО промопродукция, возможно, востребована «как никогда», что никак нельзя соотносить с общим положением дел на рынке. Однако в отрасли сложилась интересная ситуация именно по отношению к определению общих объёмов продаж. Публикующаяся ежегодно статистика утверждает, что сувенирный рынок России за последние десять лет вырос более чем в 2 раза. И это в валютном эквиваленте! Получается, что в то время, как вся страна жила во времена кризиса и, в лучшем случае, стагнации, бизнес-сувенирная отрасль с каждым годом росла и ширилась.

Может ли такое быть?

Теоретически, да.

Но только в ПЕРВЫЕ десять лет существования. Представить же себе, что после удачных для России и отрасли нулевых годов, когда обороты компаний росли, как бамбук, продажи в отрасли удвоились, в то время как ВВП страны к 2017 году, после графически пилообразных взлётов и падений, вернулся в цифрам 2007, не только сложно, но просто невозможно.

Предполагаю, что цифры для этой статистики получают путём опроса руководителей как раз тех нескольких компаний, дающих такие восторженные интервью сетевой прессе. Это их обороты действительно растут все эти годы. На фоне падения наших. А затем руководители этих же компаний делают выводы о росте оборотов ВСЕЙ отрасли на основании публикуемой статистики, не замечая или не желая замечать круговой замкнутости этих цифр. Короче, «Иван кивает на Петра, а Пётр – на Ивана».

Замечательно!

Интересно, что автор статьи в «НП» сразу же после уверенной публикации цифр статистики переходит к высказанному ещё одним представителем отрасли мнению: «Мы до сих пор не мо-

жем точно посчитать объём нашей индустрии. На самом деле, никто не знает, сколько денег крутится на рынке». Если два таких противоречащих друг другу утверждения публикуются рядом, значит, их автор уверен, что оба – лишь мнения. Потому что ФАКТЫ не могут быть противоречивыми. Однако слова «статистика» и «мнение» плохо сочетаются друг с другом.

Так что же публикует корреспондент «НП»?

Но наибольший восторг у меня вызвала цифра оборота петербургского рынка за полгода! Я понимаю, что подсчёт общего объёма продаж в отрасли за год – вполне технологически возможная операция, но как сосчитать оборот на уровне города за период, не являющийся фискально отчётным? Если кто-то обладает такой технологией, ему следует скорее бежать за Нобелевской премией!

Автору статьи, скорее всего, безразличны эти детали, но ведь есть опасность, что кто-то это будет читать!

После сказанного было бы нелепо утверждать, что я-то как раз и обладаю объективным знанием размеров оборота отрасли. Конечно, мои сведения столь же субъективны, однако у меня имеются веские аргументы в пользу того, что моё мнение ближе к истине, нежели мнения, высказанные в статьях «НП», «РБК» и т. п.

Все последние десять лет экономика России находилась в состоянии кризиса или стагнации. Как уже отмечалось выше, ВВП страны вернулся два года назад к цифрам 2007 года, что и вызвало те экстренные нововведения, о которых написано в начале этого материала. В успешно развивающихся странах мира в данный момент широко обсуждаются проекты введения национальных зарплат – ежемесячных безвозмездных выплат всем гражданам страны вне зависимости от их занятости. В России же сокращаются даже те выплаты, которые обеспечиваются доходами граждан. Все нефтедобывающие страны выплачивают своим народам часть дохода, получаемого от реализации принадлежащего наро-

ду природного богатства – природную ренту. Снова кроме России, один из министров которой даже умудрился заявить, что эти деньги идут на выплату пенсий. Забыв подумать при этом, что тогда получается, что работающая половина населения России не только выплачивает из своих зарплат пенсии предыдущим поколениям, но и жертвует им часть своей природной ренты.

Как в стране с такой финансовой дисциплиной какая-то из отраслей её хозяйства может показывать ежегодный неуклонный рост?

Десять лет назад в отрасли существовали выставки, собиравшие до трёхсот экспонентов. Последняя прошлогодняя московская бизнес-сувенирная выставка набрала лишь 149 участников. Это отчасти связано с некоторыми внутриотраслевыми процессами, однако фактом является и то, что за последние годы с рынка исчезли десятки средних компаний-поставщиков, активных участников всех выставок. Я помню названия и даже имена руководителей многих из них, если у кого-то возникнут сомнения в правдивости этого тезиса. Бизнес-сувенирных выставок также было значительно больше. В Москве, например, специализированная выставка IPSA проводилась два раза в год: весной и осенью. Ей сопутствовала другая исключительно бизнес-сувенирная выставка ассоциации РАППС, также проводившаяся дважды в год. Обе выставки НЕ ПУСТОВАЛИ, несмотря на одновременность их проведения. На сегодняшний день из четырёх московских бизнес-сувенирных выставок осталась лишь весенняя IPSA, уступившая свой осенний выпуск PSI.

Одновременно в Петербурге проводились две сувенирных выставки – «Реклама и информация» весной и «ВДРХ» осенью. Они не были такими массовыми, как московские, однако обеим выставкам до времени хватало как экспонентов, так и посетителей. Сегодня в Петербурге не проводится НИ ОДНОЙ бизнес-сувенирной выставки.

Может быть, время выставок безвозвратно ушло, как это пытаются доказывать некоторые участники нашей

отрасли? Интернет отобрал у выставок их нишу, и они больше никому не нужны?

Попробуем проанализировать, как с этим обстоят дела в других странах.

Немецкая выставка PSI является уже долгие годы крупнейшим в Европе бизнес-сувенирным шоу. В предыдущие десять лет количество экспонентов выставки варьировалось от 865 в 2008 до 925 в 2018. Посетители выставку в 2008 году 19382 человека, а в 2018 – 17342. Как видим, изменения весьма незначительны. Цифры заслуживают доверия, так как PSI использует для этих целей профессиональную независимую компанию, специализирующуюся на сборе и подтверждении статистических данных мероприятий.

В Германии плохо работает интернет?

Дюссельдорфская выставка из года в год демонстрирует такие стабильные показатели, хотя и в европейском промбизнесе не всё благополучно. И даже количество участников самой ассоциации PSI, вдохновителя и организатора выставки, сократилось за этот же период в три раза!

Оборот промоиндустрии Германии составляет баснословную по российским меркам цифру в 3,5 миллиарда евро. И хотя ВВП ФРГ всего в 3 раза превышает российский, в Германии имеется целый ряд компаний, годовые обороты которых сравнимы с оборотом всей российской бизнес-сувенирной отрасли. Но растёт он по одному, максимум, два процента в год, в отличие от заявляемых «экспертами» 20 % по России. Понятно, что рост на развивающихся рынках должен быть выше, но даже китайская экономика в последнюю декаду растёт по 6 процентов в год.

Однако, может быть Германия является исключением, и дела в других странах больше похожи на положение в России?

В более близкой к России географически и экономически Польше уже более десяти лет проводится рекламная выставка RemaDays. В 2008 году она собрала 390 экспонентов, и её посетили 10000 человек. К 2018 количество экспонентов выросло аж до 811, а посетители

лей – до 20800! Обороты польского проморынка похожи на российские, хотя в стране проживает в три раза меньше народа, и ВВП Польши составляет треть от российского. Поэтому, когда в Польше ассоциации заявляют о росте бизнес-сувенирной отрасли, в это легко верится.

Если верить ФАКТАМ, а не домыслам заинтересованных лиц, легко прослеживается зависимость рыночной активности в определённой отрасли, роста её оборотов и популярности общепромышленных мероприятий, каковыми, в частности, являются выставки. Никаких парадоксов тут быть не может. «Самое простое объяснение скорее всего и есть правильное», – гласит методологический принцип, называемый Бритвой Оккама.

Итак, вывод первый: низкая популярность отраслевых выставок и, как следствие, их сокращение или прекращение являются явными признаками регресса отрасли, а не поступательного движения вперёд.

Выше я уже упоминал о том, что с рынка в последние десять лет исчез целый ряд активных бизнес-сувенирных компаний. Конечно, «свято место пусто не бывает», и на их место приходят новые фирмы. Однако именно этот процесс приводит к снижению профессионального уровня. Ведь уходят уже набравшие опыт и знания профессионалы, а приходят люди, которым нужно всему учиться заново. А организована наша отрасль на сегодняшний день так, что учиться здесь можно, в лучшем случае, только у крупнейших поставщиков. Которые заботятся, в основном, об освоении обучаемыми ассортимента их продукции и методик её эффективных продаж конечным заказчиком. Однако наша отрасль – это сфера

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ деятельности, всем участникам которой необходимы СПЕЦИАЛЬНЫЕ знания. Ну, представьте себе стоматолога, который знает, какие материалы для пломбирования зубов имеются на складе и сколько стоят услуги его кабинета, но не имеет представления о болезнях зубов и дёсен и о том, как их лечить. Или юриста, у которого имеется полное собрание российских законов, но который не имеет представления об их применении на практике, зато хорошо осведомлён о ценах на юридические консультации. Вряд ли вы заходите пользоваться услугами таких «профессионалов».

А в нашей отрасли всё обстоит именно так.

И этому явлению даже имеется объяснение, которое я не раз слышал на различных отраслевых конференциях от коллег: «Деньги можно зарабатывать и так». И с этим трудно поспорить! Но только «зарабатывание денег» не всегда соответствует общей пользе, даже в рамках отрасли. Можно, например, «заработать» вырубкой лесов, лишая кислорода всех, в том числе и себя, заработавшего.

Так как продукт нашей отрасли относится к маркетингу компаний, результативность его работы НАПРЯМУЮ зависит от степени профессионализма участвующих. А поскольку маркетинг, который, с одной стороны, не является в полной степени наукой, а с другой, требует от участника систематических и постоянно пополняемых знаний, то и обучение самому продукту, методам его эффективного использования в деятельности компаний, должно проводиться на постоянной основе и желательными силами, не заинтересованными в результатах обучения лично. То есть, не компаниями отрасли и не платными тренерами, которые за деньги будут говорить то, что слушатели хотят услышать.

Даже далёкому от экономики человеку понятно, что уход с рынка, казалось бы, стабильных средних компаний может быть связан исключительно с сокращением спроса на продукт, ибо конкуренция на нашем рынке никогда не была такой жёсткой. А падение спроса, кроме объективных причин, о

которых уже писалось выше, связано, на мой взгляд, с потерей нашим продуктом ПОПУЛЯРНОСТИ у конечного заказчика. В свою очередь, потеря популярности имеет в основе недовольство эффективностью его работы, которое зависит напрямую от уровня компетенции работников нашей отрасли и, конечно, самых закупщиков. Получается, что отсутствие должных профессиональных знаний приводит к тому, что продажи в отрасли сокращаются, хотя «деньги зарабатывать» всё ещё можно! В этих обстоятельствах немудрено, что представитель отрасли может высказывать публично, например, следующее мнение: «Некоторые компании предпочитают вкладывать деньги в благотворительность, информируя партнёров о том, что средства пошли на социально значимое дело». Не имея ничего против самого явления благотворительности, я уверен, что замена мощнейшего (в силу своей мультисенсорности) инструмента маркетинга компании «вложением в социально значимое дело» не уступает по своей гениальности проекту Буратино по выращиванию дерева с курточками.

Получение профессиональных знаний совсем не обязательно связано с какими-то специально организованными для этого семинарами или тренингами. Ещё десять лет назад в отрасли, помимо журналов нашей ассоциации — «Профессионал РСБ» и «Лидер» — действовали по крайней мере ещё три, а временами и четыре других издания. Все они были разными, но объединяло их то, что все они были информационно-рекламными, то есть, публиковали актуальную информацию об отрасли и продукте. Сегодня, помимо журналов МАПП, имеется лишь одно издание, которое только частично посвящено бизнес-сувенирам и является явно рекламно-информационным, то есть, существует на деньги от рекламы, и, таким образом, от неё зависимо.

В отрасли действовали три ассоциации. Сегодня их тоже три, но назвать их действующими никак нельзя. Кроме МАПП ни у кого не имеется годового плана мероприятий, да и вообще нет самих мероприятий и даже собственного персонала.

В это же время действовали, по крайней мере, два профессиональных интернет-ресурса, которые не только удовлетворяли потребность участников рынка в межличностных коммуникациях, но и публиковали актуальную информацию о рынке и продукте. Если они и существуют сегодня (я, честно, не знаю), то их популярность никак нельзя сравнить с тем, что было десять лет назад, хотя каждый из них был в десятки раз полезнее, чем существующая сегодня закрытая коммуникационная группа в американской социальной сети. По крайней мере, ресурсы были САМОСТОЯТЕЛЬНЫМИ И НЕЗАВИСИМЫМИ, что также немаловажно для нашей отрасли, и имели собственный профессиональный персонал.

Вывод второй: сокращение активности и прекращение работы отраслевых ресурсов не могут быть следствием позитивного развития рынка, а значит, свидетельствуют об обратном.

Структура российской экономики за последние десять лет претерпела значительные изменения. Сокращение количества и эффективности работы малых и средних предприятий (МСП) было замечено даже российскими правителями, которые уже в 2014 году издали «Распоряжение» на этот счёт. Тем не менее, и после издания этого документа количество МСП продолжает сокращаться. С другой стороны, количество государственных предприятий растёт с каждым годом, а их участие в ВВП России за последние десять лет удвоилось — с 35 до 70 %. Тенденция к национализации экономики в России вряд ли является результатом продуманной политики, скорее, сокращение МСП ведёт к тому, что государство вынуждено проникать в новые экономические сферы, затыкая хозяйственные дыры. Но вот само исчезновение с рынка малых и средних частных предприятий является следствием планомерной политики государства. Ужесточение контроля и налогообложения неминуемо приводят именно к таким последствиям. А отсутствие грамотной идеологической программы возрождения духа предпринимательства лишь

дополняет картину (Всё время тянет повторять: «Деньги можно зарабатывать и так» — ибо это выражение подходит к описаниям любых катастрофических ошибок и ляпсусов). Издавать приказы о развитии малого бизнеса так же эффективно, как приказывать лесу расти в два раза быстрее.

Не стану углубляться в анализ этого периода экономики России более, чем это требуется для статьи, поэтому перейду к тому, как это влияет на нашу бизнес-сувенирную отрасль. Государство так мало доверяет своим чиновникам, что для закупок в государственные предприятия был издан специальный закон — Федеральный закон № 44. Растущая доля государственных предприятий в общей экономической картине страны означает, что уже сегодня большинство закупок в нашей отрасли совершается по пунктам этого закона, а значит, через тендеры и конкурсы. Не говоря уж о том, что такие формы закупочной деятельности не имеют ничего общего ни с рыночной экономикой, ни с коммерцией, ни даже просто с торговлей, для предприятий нашей отрасли они представляют ещё больший вызов, ибо эффективное использование нашего продукта, как уже отмечалось выше, возможно лишь тогда, когда на обеих сторонах коммерческой сделки находятся профессионалы. А такое в условиях тендеров практически нереально. Не говоря уже о том, что любые ограничения в торговых отношениях приводят к искажению конкуренции, являющейся, хотим мы этого или нет, фундаментом экономической модели, которую якобы выбрала страна.

В преамбуле закона сказано, что он предназначен для предотвращения воровства государственными чиновниками, однако пункты закона являются кабальными для поставщика, а не тех, против кого закон направлен. С моей точки зрения, к профессионализму должно быть отнесено не только знание о продукте и методах его продаж, но и, наверное, в первую очередь профессиональная гордость. Являясь в том числе и поставщиком, считаю аморальным соглашаться на поставку продукции на ЛЮБЫХ условиях и не

стану этого делать ни ради денег, ни ради чего-либо другого, понимая, что неправильно выстроенные отношения с заказчиком, в конце концов, больно ударят именно по самому поставщику. У меня имеется много доводов на эту тему, однако ограничусь в этой статье лишь окончательными выводами, так как готовлю отдельный материал на эту тему.

Вывод третий: в условиях изменения структуры экономики, результатом которых является усложнение процесса закупок, никакая отрасль экономики не может неуклонно и динамично развиваться, скорее наоборот, будет, сокращаясь, концентрироваться и подменять реальные преимущества своего продукта необходимыми для условий совершения сделок.

При желании подобных «маркеров» можно найти значительно больше, однако ограничусь этими, чтобы не утомлять читателя.

Наверное, хорошо, что где-то поблизости имеется целый ряд динамично развивающихся компаний, руководители которых оптимистично рассуждают: «В 2019 году мы надеемся увидеть увеличение бюджетов компаний на промпродукцию... Брендированная атрибутика сейчас востребована как никогда».

Однако, похоже, что это не спасает отрасль и даже не помогает ей.

Затухание общеотраслевой активности, размывание профессионализма, сокращение вариативности, в конце концов, скажутся и на тех компаниях, которым сегодня хорошо. Но, к сожалению, это произойдёт тогда, когда повернуть ситуацию вспять будет уже невозможно. Изменение вектора от схлопывания к расширению было возможно ещё вчера и, вероятно, возможно сегодня. Оно может быть, будет возможно ещё и завтра, но надолго ли...

Иногда мне кажется, что в основе мифов о процветании нашей отрасли лежит неправильное понимание лояльности и пиетета по отношению к своему делу. Но ведь это только о мёртвых — либо хорошо, либо ничего. И пока наша отрасль ещё «дышит», ей не мо-

жет повредить глоток правды, какой бы непривлекательной она ни казалась некоторым её участникам. В конце концов, с осознания реального положения дел берёт старт понимание того, какие решения необходимо принимать для исправления ситуации. Ведь «сколько ни говори «халва, халва», во рту слаще не станет», — сказано уже в древние времена, а сегодня, когда слова благодаря социальным сетям окончательно утратили свою силу, и подавно. Мы больше не верим новостям, потому что знаем, что новость может быть фальшивой, мы не доверяем картинке и даже придумали специальный термин для определения этого недоверия — «фотошоп». Мы видим много видеосюжетов, которые разоблачаются как постановочные. И получается, что единственным способом коммуникаций, который ещё не скомпрометировал себя никак, являются бизнес-сувениры. Наши изделия являются самыми честными из всех медиапродуктов, и единственное, что может испортить их в глазах потребителей — это мы. Наше непрофессиональное отношение, наше невежество и желание «заработать денег». И ещё — откровенная ложь якобы «во спасение», но на самом деле — «во движение складов».

Давайте же перестанем питаться самими собой!

Я уверен, что построение общества благополучия «в отдельно взятой стране» вполне возможно. Для этого нет нужды в революциях или смене властей, не требуется выбирать между либерализмом и консерватизмом, не надо вводить или отменять выборные должности по всем властным вертикалям и горизонталям, не требуется открывать новые министерства или упразднять старые, не нужно бороться с коррупцией и внешними врагами. Требуется только одно: выстроить экономическую систему так, чтобы она отвечала интересам России, а не каких-либо конкретных её граждан или групп граждан. И тогда через десяток лет Китай останется далеко позади.

Не верите?

Поэтому Россия и есть там, где она есть. Разве это не наше дело? Нет, наше! ●