

ИЗ ПОДВАЛА - В ПАРИЖ

ПРОЧИТАНО В «ЭКОНОМИСТ»

«ТОМ КЛАЙМ»? НЕ СМЕЙТЕСЬ, ЭТО ОЧЕНЬ СЕРЬЕЗНО!

Третья - 1998. - 8 дек. - с.3.

На Западе Анатолий Климин был бы нормальным бизнесменом, примечательным, возможно, лишь своей яркой внешностью, но никак не своей компанией, которая делает модную и недорогую одежду.

В России, где нередко безжалостность и неразборчивость в средствах значат больше, чем упорный труд и талант, Климин, скорее, исключение. Он процветает, несмотря на кризис. «Это нам на пользу. Кризис помогает нам обдумать действия и прочистить голову. Нам кризис нужен раз в год», - сказал Климин в интервью журналу «Экономист».

В России немало могущественных и богатых предпринимателей. Это «сырьевые бароны», захватившие природные ресурсы после коллапса коммунистической системы. Это менеджеры, перекачивающие доходы фирмы прямо в свой карман. Это монополисты, которые используют связи для того, чтобы раздавить конкурентов и получать суперприбыль. Это импортеры, которые до нынешнего кризиса изрядно нажились на любви соотечественников к иностранным товарам. Это и редкие предприниматели, которые производят недорогие и хорошие товары для российского рынка.

Но г-н Климин не попадает ни в одну из этих категорий. Он не только продает свою продукцию за границей (по его словам, около 30 процентов от ежегодных продаж общим объемом в 100 миллионов долларов), но и успешно реализует ее в России. Более того, Климин экспортирует отнюдь

не традиционные для России товары: водку, икру и оружие. Он продает модную одежду.

В чем секрет Климина? Это явно нечто большее, чем его безусловное знание производства одежды. Многие русские - талантливые и знающие специалисты. Но они слишком быстро обнаруживают, что их бизнес задыхается от нехватки капитала или нежелательного внимания налоговиков, или гангстеров...

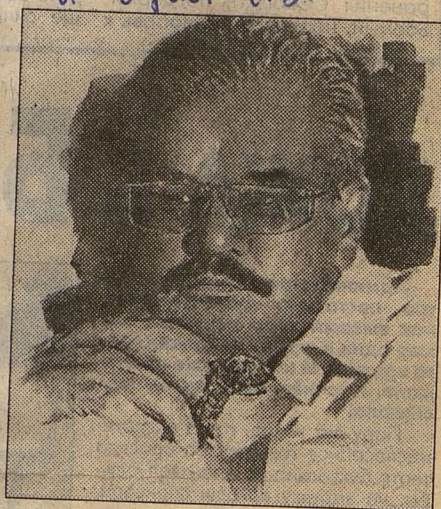
Огромное преимущество Климина в том, что он начинал более 20 лет назад, когда коммерция была не просто рискованным, а вообще нелегальным занятием. Он торговал автомобильными запчастями, детскими игрушками и картинками, которые наносились на майки с помощью утюга. «Я работал на этом уйму денег!», - говорит Климин мечтательно. После падения коммунистической системы, когда Климин занялся одеждой, он был уже опытным (и состоятельным) по российским меркам бизнесменом. А другие в это время только начинали с нуля.

Рано усвоенный им урок: безопасность. Он ухитряется не подпускать близко недоделанных чиновников, используя свои политические связи с московским правительством. Чтобы укрыться от бандитов, он сочетает скрытность и меры безопасности. Хотя его бизнес один из самых успешных в России, фирма ютится в подвале склада одного из НИИ. Вывески нет. И только эффектные дамы, выглядывающие из-за турникета, - признак того, что в подвале есть нечто, достойное внимания.

«Когда ко мне приходят люди и спрашивают, сколько им нужно купить швейных машин, я им советую: сперва обзаведитесь складом оружия. Найдите охранников. Потом сделайте еще 120 обязательных вещей. И только после этого считайте, сколько вам нужно машин», - шутливо говорит Климин.

Но главное преимущество бизнесмена в том, что он знает, как продвигать свой бренд «Том Клайм» (вымышленное имя, которое звучит для русского уха достаточно иностранно, чтобы обаять, но не слишком экзотично, чтобы оттолкнуть). Знание маркетинга - одно из редчайших умений в российском бизнесе. Многие процветавшие при старом режиме спекулянты сегодня не способны на большее, чем держать сеть киосков. Фирма Климина не считается с затратами, когда речь идет о рекламе; она стала одним из крупнейших в Москве рекламодателей в наружной рекламе. Один из приемчиков Климина - предоставление одежды популярным телеведущим. «Его успех связан исключительно с маркетингом», - пренебрежительно отзываясь о его бизнесе один (гораздо менее удачливый) российский дизайнер.

Амбициозный Климин удачно умеет подать и самого себя на международном уровне, тусуясь с сильными мира мод. При случае он достает видеокассету, где запечатлен в таких



тусовках. Большинство российских предпринимателей в душе провинциалы. Амбиции же Климина толкают его заниматься бизнесом в Париже и Нью-Йорке. Не так давно в Париже открылся его второй зарубежный магазин.

Самое поразительное в успехе Климина то, что он заставил себя научиться все делать самому. Конечно, это присуще всем удачливым бизнесменам. Но Климин не мог, по его словам, приспосабливаться к какой-либо уже существующей «деловой инфраструктуре». Поэтому он сам и корпоративный стратег, и консультант по безопасности, и дизайнер, и экспорт-производственный, и маркетинг. И до той поры, пока в России успеха будут добиваться лишь такие всезнайки, как он, в стране, увы, будет слишком мало климиных.

Подготовил
Александр ТЕПЛОК.