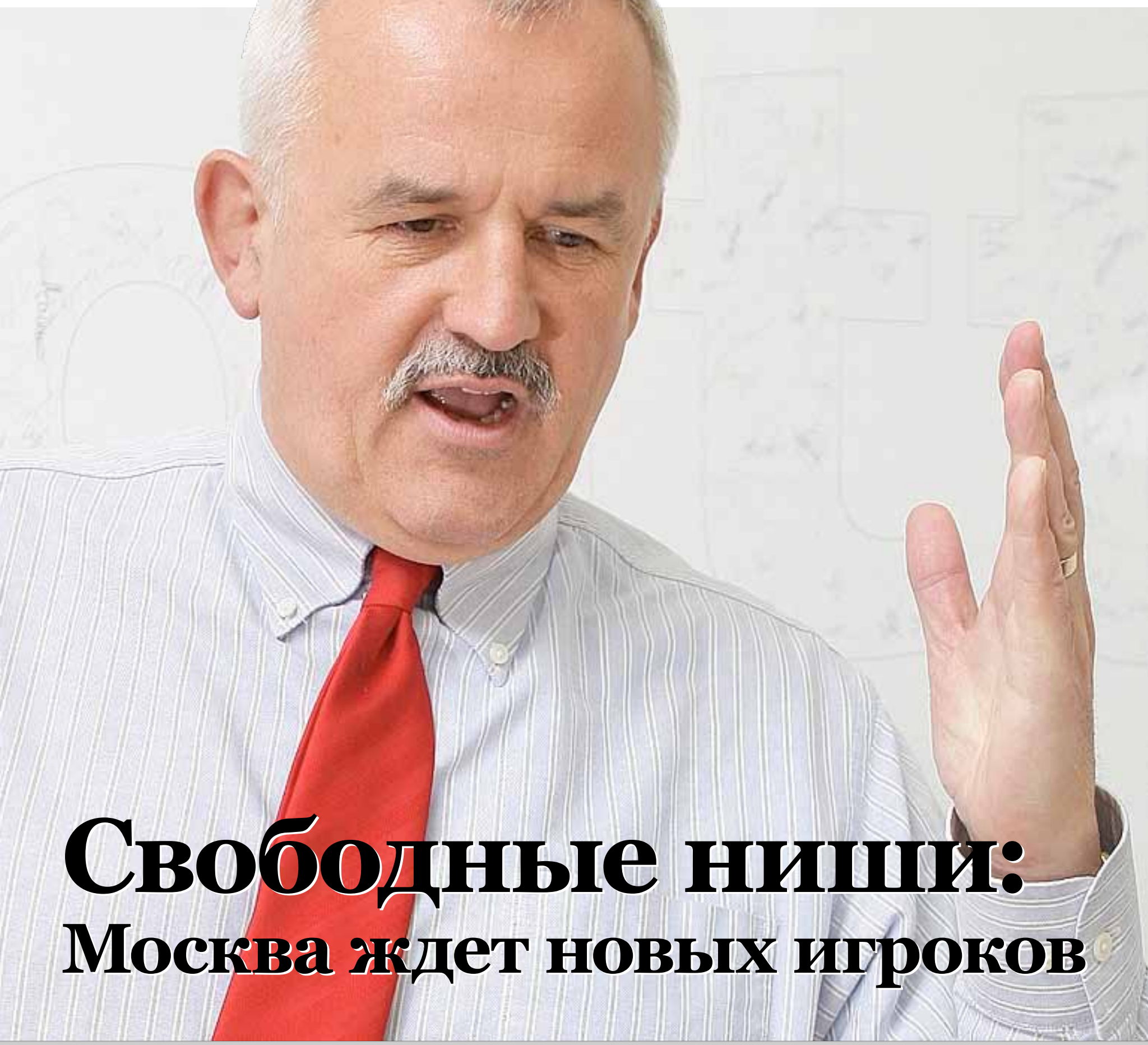
Business Investment Guide to Moscow

BIGMOSCOW

июль – сентябрь 2013

РУССКАЯ ВЕРСИЯ



Свободные ниши:
Москва ждет новых игроков

Американка Тери Линдберг
Как запустить в Москве HR-бизнес?

Канадец Брюс Пон
Кто откроет в России автофинансирование?

Немка Мануэла Штоль
Где москвичи покупают мебель?

Содержание

BIGMOSCOW
июль — сентябрь
2013

ПЕРСОНА

Всё возможно, если знать — как

Генеральный директор «Делойт» в СНГ **Дэвид Оуэн** видит много возможностей для иностранного бизнеса в Москве и России, причем не только для крупных корпораций и не только в нефтегазовом секторе.

5

Хотите открыть бизнес в Москве?

5 советов дает генеральный директор «Делойт» в СНГ **Дэвид Оуэн.**

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

Персональное дело

Приехав 13 лет назад в Москву, американка **Тери Линдберг** основала кадровое агентство, и теперь ее компания Staffwell выполняет заказы крупнейших российских корпоративных клиентов.

Правильное направление

Канадец **Брюс Пон** считает, что московский рынок находится на верном пути, потому что сам организовал в Москве автофинансирование и помог запустить три успешных банковских стартапа.

Хозяйка магазина

Выпускница Европейской бизнес-школы немка **Мануэла Штоль** открыла вместе с партнером в Москве онлайновый гипермаркет мебели и предложила российским клиентам западные потребительские стандарты.

НА РАБОТУ В МОСКВУ

Поставщик из Вероны

Итальянец **Пьеранджело Карбонара** возглавил в российской столице торговую компанию, занимающуюся поставками итальянских продуктов, и показал москвичам, что такое настоящая средиземноморская кухня.

ТОРГОВАТЬ С МОСКВОЙ

Торг здесь уместен

Австриец **Роберт Грассл** проводил торговые операции с российскими партнерами еще в советские времена и делится своим огромным опытом с новым поколением западных предпри-

Как читать журнал

1 Главное меню
Прикоснитесь к экрану для его появления.

2 Архив номеров
Все номера BIGMOSCOW, которые вы уже скачали, — в вашей личной библиотеке.

3 Назад
Эта стрелка вернет вас к предыдущему материалу.

4 Содержание
Полный список материалов выпуска.

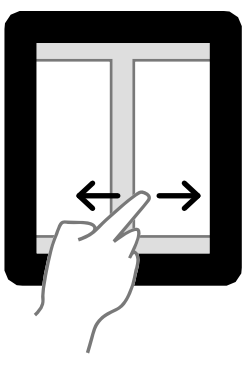
5 Подробное содержание
Список материалов, с превью каждой страницы, краткими анонсами, указанием авторов.

6 Панель быстрой навигации
Быстрый переход по страницам издания.

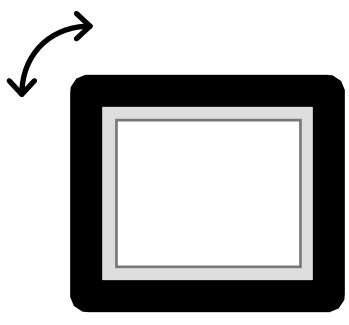
7 Social Sharing
Делитесь интересными материалами с друзьями!

8 Закладки
Добавляйте понравившиеся материалы в закладки.

Просматривайте материал касанием по вертикали



Передвигайтесь между статьями касанием по горизонтали



Читайте журнал в удобном для вас положении

Условные обозначения

Дополнительный контент

Ссылка

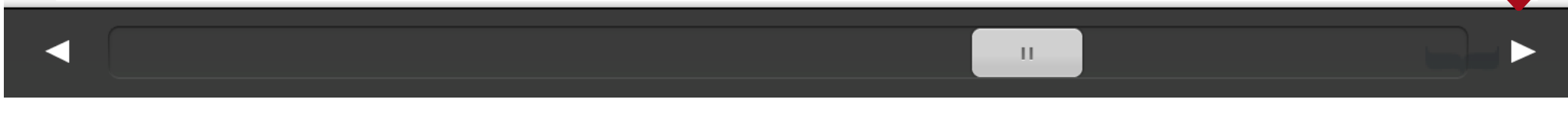
Отправить письмо

Видео

Продолжение статьи

Следующая статья

Прокручивающийся текст



Всё возможно, если знать — как

*Генеральный директор компании «Делойт» в СНГ англичанин **Дэвид Оуэн** рекомендует западным предпринимателям в Москве учитывать опыт британского фельдмаршала Монтгомери*

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР МОХОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

– По оценке многих экспертов, на фоне европейской стагнации российская экономика хоть и медленно, но развивается. На фоне же всей России особенно выигрышно выглядит экономика Москвы. Привлекает ли это иностранных инвесторов?

– Всегда есть риск чрезмерно упростить описание ситуации. Я постараюсь этого не делать. А чтобы вы поняли, из чего я исхожу, расскажу немного о себе и своих наблюдениях.

О ДЭВИДЕ ОУЭНЕ

В Москве я уже два года. До этого у меня был опыт ведения бизнеса за рубежом, я 13 лет работал в Южной Африке. Но два года в России многому меня научили. И теперь я могу сказать, что уровень понимания специфики работы здесь иностранцами, и британцами в том числе, крайне низок. Они находятся в плену стереотипов и изначально искаженных представлений. Хотя у меня, например, два года назад все было не так плачевно. Перед тем как приступить к работе здесь, я в течение трех лет сюда регулярно приезжал. Я повесил на стену карту России и стал ее изучать. Меня поразили масштабы самой страны! А ведь я отвечаю не только за Россию, но еще и за страны СНГ.

За два года, я понял, что Москва – это место, где можно эффективно работать и добиваться успеха. Но этот огромный город далеко не прост, и к нему надо приспособиться. Например, на дорогах здесь ужасные автомобильные пробки, зато система метрополитена – лучшая в мире. Поэтому на метро я езжу чаще, чем на автомобиле.

Если же говорить о межличностных отношениях, то мне кажется,

Москва – это место, где можно эффективно работать и добиваться успеха. Но этот огромный город далеко не прост, и к нему надо приспособиться.

что русские довольно чувствительны и открыты. Но их поведенческие особенности порой не всегда понятны западным людям.

Хорошо то, что иностранец, приезжающий сюда, быстро понимает, что реальная ситуация в России далеко не такая, какой представляют ее на Западе. В Москве действительно можно жить, делать бизнес. Только за последние дни я встречался с представителями двух крупных западноевропейских компаний. Они хотели понять российский рынок, исследовать его. И, судя по всему, остались довольны, поскольку всерьез рассматривают возможность инвестирования сюда. Один из них уже стартовал (он специализируется на финансовых услугах), другой (сфера его интересов – медиабизнес) пока в процессе. В любом случае, их реальные впечатления заметно отличались от тех ожиданий, которые были у них в первый день пребывания в Москве. Надеюсь, теперь вы понимаете, почему у иностранцев так резко меняются представления о России. Буквально за несколько дней стереотипы рушатся.

– В Лондоне живет и работает много российских бизнесменов. Неужели они не помогли сломать эти стереотипы еще там?

- Все зависит от того, какой посыл они несут. Следует учесть тот факт, что это в основном прослойка богатых российских бизнесменов,

Мне приходится подписывать кипы документов в нескольких экземплярах. Их гораздо больше, чем в других странах, где я работал. Лучше бы это все автоматизировать.

уезжающих в Англию, - насколько они заинтересованы в формировании позитивного имиджа России? Вероятно, у них есть какие-то собственные олигархические стереотипы. С другой стороны, человеку из России, видимо, легче освоиться в Лондоне, нежели англичанину в той же Москве. Многое связано с коммуникациями. Ведутся разговоры о том, чтобы сделать Москву более удобной для иностранцев, но хотелось бы поскорее увидеть реальные признаки того, что она действительно таковой становится. Те же указатели на улицах и в метро, вывески в ресторанах и магазинах должны быть понятны и человеку, не владеющему русским языком.

– Но кое-что уже делается...

– Поскорее бы все это реализовывалось на практике. Опять же отмечу, что если мы говорим о бизнесе, мне все-таки было проще, поскольку я приехал в Москву не создавать все с нуля, а руководить уже существующей компанией.

ЧТО ДЕЛАЮТ ДЛЯ ИНОСТРАНЦЕВ В МОСКВЕ?

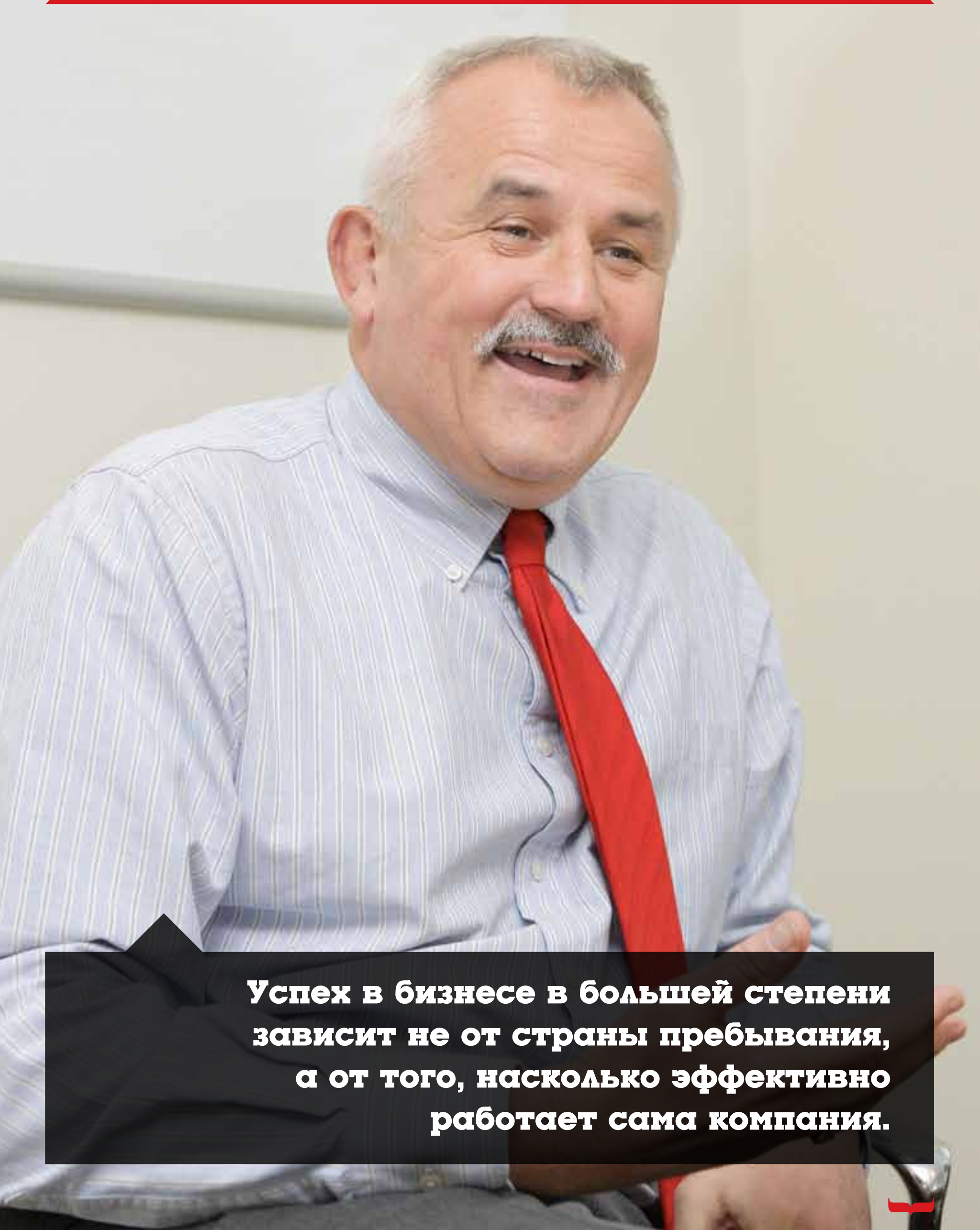
– С какими сложностями вам пришлось столкнуться?

– С колоссальной бюрократией! Мне приходится подписывать кипы документов в нескольких экземплярах. Их гораздо больше, чем в других странах, где я работал. Лучше бы это все автоматизировать.

– В Южной Африке коррупции не было?

– В Индии, Китае, Африке, Южной Америке это большая проблема. Что касается России, то частично это стереотип (он состоит в том, что здесь

Ситуация с коррупцией в России ничуть не хуже, чем в других развивающихся странах. Здесь все зависит от того, как себя поставишь.



Успех в бизнесе в большей степени зависит не от страны пребывания, а от того, насколько эффективно работает сама компания.

все коррумпировано снизу доверху, но это далеко не так), а частично – существующие реалии. Ведь глупо утверждать, что коррупция в России побеждена, хотя о необходимости бороться с ней говорят постоянно. На саммите «Большой двадцатки», который в этом году пройдет в Санкт-Петербурге, тема коррупции будет одной из основных. Наша компания, кстати, примет в нем участие, и организаторы попросили нас сосредоточиться на коррупционной сфере.

Недавно я общался с одним из наших клиентов в Лондоне. Они собираются выйти на российский рынок, но опасаются, что без взяток это невозможно. Да ничего подобного! Всё возможно, если знать как. Причем, у мелких компаний подобные опасения еще сильнее. У крупных компаний, таких как «Делойт», больше вариантов для маневра. Если мы говорим о культуре ведения бизнеса, лично я рад, что работаю в компании, которая ни на какие провокации не поддается и решительно отвергает любые коррупционные схемы. На саммите мы сделаем упор на том, как вести себя в этом аспекте малому и среднему бизнесу.

Ситуация с коррупцией в России ничуть не хуже, чем в других развивающихся странах. Здесь все зависит от того, как ты себя поставишь. Считаю, например, что наша компания вносит определенный вклад в решение этой проблемы. Если все будут действовать так же, исчезнет сама проблема. На это мы и нацеливаем своих западных партнеров, давая им правдивую

Фельдмаршал Монтгомери, хорошо подготовившись, сумел провести британскую армию через пустыню и сорвать планы нацистов. Время, потраченное на подготовку, никогда не потрачено зря.

информацию. Мы считаем страны СНГ, и особенно Россию, очень важным, приоритетным рынком. И хотели бы, чтобы коррупция, бюрократия здесь постепенно отступали. Мы верим, что так и будет. Именно поэтому вкладываем сюда серьезные ресурсы. Как аудиторская компания, мы большое внимание уделяем стандартам управления, прозрачности и независимости ведения бизнеса.

– Российские власти постоянно говорят о режиме наибольшего благоприятствования для иностранных инвесторов. Вы почувствовали это на себе?

– С трибун говорят правильные вещи. Главное, чтобы за словами следовали дела. Но заметных практических изменений я пока не заметил. Есть только ощущение какого-то прогресса, но оно весьма абстрактное. Если вы попросите назвать три-четыре конкретные вещи, которые облегчили мне работу здесь, то я их не назову. Но расстраиваться не стоит. Все равно есть ощущение движения вперед. Рано или поздно прогресс будет более ощутимым.

– С какими трудностями сталкиваются иностранцы при открытии бизнеса? С чего им нужно начинать?

– Прежде всего, надо понимать, что и как вы собираетесь здесь делать. Для того чтобы добиться того, к чему вы стремитесь, нужна уверенность в коммуникации как с бизнес-партнерами, так и с местными властями. Не бойтесь проявлять активность, задавать вопросы. Начинать же следует с налаживания связей, сбора необходимой информации. Для этого, к примеру, можно обращаться в такие компании, как «Делойт». Здесь важен еще один момент. Если ты открываешь свой первый бизнес в России, то надо научиться выстраивать партнерские отношения. На мой взгляд, зарубежные компании чувствуют себя более уверенно, когда приходят сюда не самостоятельно, а создают совместные предприятия с уже существующим в России бизнесом, чтобы работать с ним в тандеме.

Россия – не для слабых духом. Нужно иметь определенную храбрость, силу воли, чтобы вести здесь дела и быть успешным. Делать бизнес в Москве, может быть, сложнее, чем во многих других местах. Но и выгоды, которые сулит бизнес в России, выше, чем в других странах. Впрочем, успех в бизнесе в большей степени зависит не от страны пребывания, а от того, насколько эффективно работает сама компания, как она пользуется открывающимися возможностями. А возможностей здесь гораздо больше. Но так же высоки и риски. Поэтому очень важно получить компетентные консультации, правильную информацию, грамотно оценить имеющиеся риски, и дальше уже в поте лица работать.

Хороший пример – автомобильный рынок. Казалось бы, совсем недавно западные компании начали открывать здесь производство, а посмотрите, какую огромную долю рынка они уже завоевали. Конечно, это крупные компании. Но аналогичные возможности есть и для более мелких.

Россия сегодня занимает второе место по объемам продаж легковых автомобилей. В той же Москве на 12 млн жителей приходится почти 4 млн автомобилей. И каждый год прибавляется 250 тысяч. В то же самое время это создает большие проблемы – машины попросту некуда ставить. Значит, пора начать массовое строительство парковок.

– Кстати, московские власти призывают инвестировать в сферу транспорта. Иностранцы проявляют интерес даже к строительству московского метро. А насколько это выгодно?

– Не ждите от меня конкретных цифр. Но если на это выделяются приличные средства, почему бы нет? Здесь просто должна быть прозрачность. Правительство Москвы должно создать условия, в которых западным инвесторам было бы интересно и выгодно работать.

– Какие сферы наиболее интересны для малого и среднего бизнеса, для тех, кто думает начать бизнес в России с небольших инвестиций? И остались ли здесь незанятые ниши?

– Таких ниш множество. Большие перспективы открываются в цепочке поставок тех или иных товаров. И необязательно рассматривать доминирующую сейчас в России нефтегазовую сферу. Кроме нее есть уже упомянутый мной автопром, производство стройматериалов, розничная торговля, фармацевтика. Втиснуться в одну из этих цепочек поставок начинающему бизнесмену, на мой взгляд, было бы неплохо. Недавно мы вели переговоры с целой группой западных компаний, работающих в сфере фармацевтики и автостроения. Они ищут сейчас возможности расширить присутствие на российском рынке. Значит, это все-таки выгодно.

Не менее перспективное направление – торговля через интернет-магазины. Что касается сферы услуг, то здесь вообще бескрайнее поле для деятельности. Тут найдут чем заняться игроки любого масштаба. От таких крупных аудиторских консалтинговых фирм, как наша, до тех, кто занимается уборкой помещений. В любой развивающейся экономике сфера услуг – одна из самых востребованных.

– Не могли бы вы привести наиболее успешные примеры вложений в экономику Москвы? И какова должна быть минимальная стартовая сумма инвестиций, с которой здесь можно чего-то добиться?

– Нет каких-то четких параметров. Некая минимальная сумма, безусловно, должна быть, но сложно сказать, какая. Повторяю, если начинаешь свой первый бизнес в России, логично было бы задуматься о создании совместного предприятия.

Подчеркиваю, что возможности есть во всех секторах экономики – от обычной торговли до высокотехнологичных услуг. На этот рынок можно войти и быть здесь конкурентоспособным.

– В Москве больше возможностей, но выше и конкуренция.

– Поэтому надо реально оценивать свои шансы. И выбирать такую сферу, где есть пространство для

конкуренции, где тебя не задушат монополисты. В Москве, например, не хватает торговых площадей. Значит, любой магазин или супермаркет будет приносить прибыль. Важно вселить в западных инвесторов уверенность, что здесь работать можно. И одновременно сориентировать, насколько успешной может быть конкуренция на том или ином рынке.

– Вы советуете начинать бизнес с открытия совместного предприятия. А как не ошибиться с выбором российского партнера?

– Прислушивайтесь к советам и консультациям. Как со стороны госорганов, так и со стороны практиков – фирм вроде нашей. Во-вторых, надо провести тщательное исследование рынка. Знаменитый фельдмаршал Монтгомери, хорошо подготовившись, во время войны сумел провести британскую армию через пустыню и сорвать планы нацистов. Время, потраченное на подготовку, никогда не потрачено зря.

– Принято считать, что в России проще адаптируются французские и итальянские бизнесмены, поскольку характером и менталитетом они больше похожи на бесшабашных русских. Дескать, консервативным британцам в этом плане сложнее. Это тоже стереотип?

– Итальянцы или французы, приехав в Москву, первым делом отправятся в лучший ресторан, и если им там понравится, значит, у них останутся хорошие впечатления. Конечно, это шутка. На самом деле, все индивидуально. Я, например, чувствую себя здесь вполне комфортно во всех отношениях. Езжу на метро. Спокойно передвигаюсь по городу в любое время дня и ночи. Для меня Москва так же безопасна, как Нью-Йорк или Лондон. Развлечений тоже хватает. Нравится гулять по парку Горького. Недавно ходил на хоккей. Регулярно провожу время в московском гольф-клубе. Бываю в музеях. Так что скучать не приходится.

– Как вы думаете, добьются ли московские власти такого же качества газонов, как в Англии?

– О, это тоже поле деятельности для иностранных инвесторов! ■

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

5 СОВЕТОВ ОТ ДЭВИДА ОУЭНА ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ОТКРЫТЬ БИЗНЕС В МОСКВЕ

За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

*Американка **Тери Линдберг** уже 13 лет подбирает московским компаниям самые ценные кадры*

*Канадец **Брюс Пон** наладил в российской столице автофинансы и запустил два банковских стартапа*

***Мануэла Штоль** приехала в Москву из Германии, чтобы торговать мебелью по-новому*

Персональное дело

*Американка **Тери Линдберг** знает все об особенностях охоты на ценные кадры в России, потому что уже 13 лет успешно руководит в Москве собственной HR-компанией*

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Уроженка штата Пенсильвания умеет привлечь в компанию свежую кровь, найти нужных управленцев среднего и высшего звена, а также редких и даже уникальных специалистов, поэтому 13 лет назад она и открыла в Москве свою компанию и превратила ее в одного из бесспорных лидеров российского рынка кадровых услуг. Как ей это удалось и что делать тем западным предпринимателям, кто решит пойти по ее стопам — в Москву, в Россию?

ОДИН ИЗ КЛЮЧЕЙ К УСПЕХУ — ХОРОШИЙ БУХГАЛТЕР

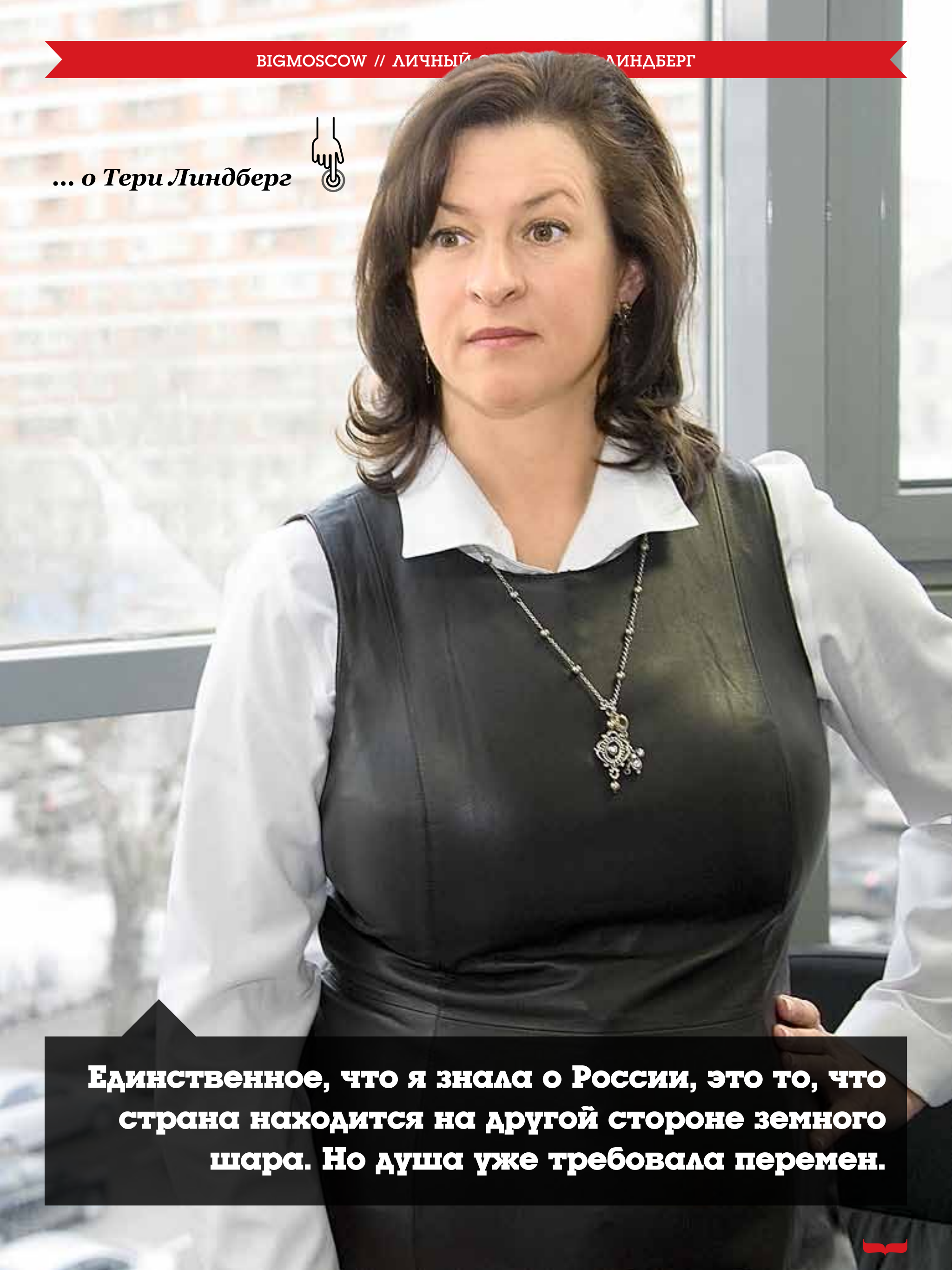
У родного штата Пенсильвания она взяла девиз: «Добродетель, свобода и независимость». Ее отец работал в крупной консалтинговой компании. И, получая очередное повышение по службе, перевозил семью на новое место.

– Мы жили в северной части штата Нью-Йорк, потом в Коннектикуте. После школы я поступила в Сиракузский университет, изучала изобразительное искусство. Отец, занимавшийся вопросами налогообложения, убедил меня, что «художествами денег не заработаешь». Я попробовала заняться рекламным дизайном, но это мне показалось скучным, и я взялась за менеджмент розничного бизнеса. После университета работала в Нью-Йорке в секторе прямых продаж сперва в промышленно-производственной компании, затем в издательском бизнесе.

– Как решились на переезд в Москву?

– В тот момент я встречалась с молодым человеком, инвестиционным банкиром. Ему предложили работу в России. Он спросил: «Поедешь со мной за океан?» Единственное, что я знала о России, это то, что страна находится на другой стороне земного

... о Тери Линдберг



Единственное, что я знала о России, это то, что страна находится на другой стороне земного шара. Но душа уже требовала перемен.

шара. Но душа уже требовала перемен. Самостоятельности и самоуверенности мне было не занимать. Как декабристка, я поехала за любимым в далекую и незнакомую страну.

– С инвестиционным банкиром не страшно податься и в Россию!

– Я всегда сама себя обеспечивала и никогда ни у кого денег не одалживала. Приехав в Москву, я восемь месяцев не работала. Решила взять паузу, поездить по стране. Но вдруг началась депрессия, и я поняла: пора на работу. Вскоре я уже трудилась консультантом в московском филиале международного кадрового агентства, штаб-квартира которого располагалась в Лондоне. Я занималась подбором персонала в инвестиционно-банковском секторе. За десять месяцев меня пять раз повышали в должности. Спустя три с половиной года я стала партнером, получила место в совете директоров компании. А потом поняла, что способна на большее, и основала свой бизнес.

– Насколько сложно открыть собственное предприятие в Москве?

– Мне повезло с бухгалтером. Она оказалась отличным администратором, в кратчайшие сроки получила все разрешения и оформила документы. Мне ее порекомендовали два моих консультанта, которых я наняла для помощи в организации бизнеса в Москве.

– Какой потребовался первоначальный капитал?

– К тому времени у меня были вклады в акции. Я их продала, выручила $150 000. И открыла рекрутинговую компанию – с двумя партнерами. Период притирки затянулся на два года, нередко наши зоны ответственности пересекались. Я поняла, что для такой небольшой компании, как наша, три лидера – это перебор, и партнеры отправились обратно в США. На счету осталось $5000. Я готова была уже все бросить, устроиться, как в юности, официанткой, и в этот критический момент бизнес пошел в гору.

Я готова была уже все бросить, устроиться, как в юности, официанткой, и в этот критический момент бизнес пошел в гору.

ЗА 13 ЛЕТ МЫ НЕ ЗАПЛАТИЛИ НИ ОДНОГО ШТРАФА

– С какими трудностями пришлось столкнуться?

– В первую очередь, конечно, с финансовыми. У нас были большие планы и множество идей, но не хватало средств. Это сказывалось в том числе и на фонде заработной платы: мы не могли нанять самых лучших специалистов. Хочу отметить, что вначале у нас была очень молодая команда.

– Иностранцу, который открывает свое дело в России, следует опираться на местных специалистов?

– С такими советами я была бы поосторожней. Если у иностранца, приехавшего в Россию, есть какой-то страх, то ничего у него не получится. Местные специалисты начнут убеждать, что без них ты не справишься, будут что-то навязывать, требовать повысить им зарплату. Начиная бизнес в Москве, опытный предприниматель может взять знакомую ему бизнес-модель, ориентируясь на местное законодательство, что-то подправить, и применить ее на новом месте. Я знаю много компаний, которые работают здесь по привычным им стандартам.

– Сложно было арендовать помещение под офис?

Эксперт

Ирина Крутских,
генеральный директор кадрового агентства Triumph Consulting Group

производство, фармацевтика, IT, транспорт, логистика и т. д.

Годовой оборот (малые – до 10 млн. руб., средние – от 10 млн. руб. до 80 млн. руб., крупные – от 80 млн. руб. до 150 млн. руб., самые крупные – от 150 млн. руб.).

География предоставления HR-услуг (федеральные имеют региональные представительства, локальные действуют только в одном городе). В Центральном федеральном округе России представлено более 83% HR-компаний.

Перспективы развития кадровой отрасли в Рос-

– Мы снимаем 600 квадратных метров в бизнес-центре в районе Садового кольца. Это центр Москвы. Первоначально договорились об аренде на очень хороших условиях. Каждый год сумма повышается, но для нас это не критично. В столице простаивает множество офисных помещений, и при желании мы могли бы найти более дешевый вариант, но нам очень нравится наше здание. Тут прекрасная планировка, много света, большие окна – от пола до потолка. Кроме того, у нас прекрасные отношения с арендодателем. В том же Нью-Йорке арендная плата за подобные площади была бы не намного дешевле.

– Что касается психологии российских специалистов, чувствуется, что у многих из них за плечами советское прошлое?

– К счастью, в последнее время я таких атавизмов не встречала. Но мне запомнился один случай. В 1990-х годах человек пришел на собеседование со всей своей семьей. Мне показалось это очень странным. Не знаю, какая была у него мотивация. Может, он хотел вызвать жалость: мол, посмотрите какая большая у меня семья, которую надо кормить.

Чисто «советских» персонажей я повидала немало. Прежде всего, «советскость» проявлялась в отсутствии коммуникативных навыков. Я задавала вопрос, но меня абсолютно не слышали и продолжали говорить о своем. Собеседование превращалось в монолог, и такого «специалиста» я, разумеется, клиентам не предлагала.

– Российские власти не вставляли вам палки в колеса?

– Ни разу. Для госучреждений мы тоже подыскивали специалистов, и все проходило без нареканий. Наш бухгалтер настолько хорошо работала, что за 13 лет мы не заплатили ни одного штрафа! Более того, налоговые органы выдали нам премию и по-

Налоговые органы выдали нам премию и поощрительную грамоту, как одному из лучших и самых ответственных налогоплательщиков.

ощрительную грамоту, как одному из лучших и самых ответственных налогоплательщиков. У нас в офисе висит диплом. Также нас признали вторыми в номинации «Лучшая компания 2012 года» в своей сфере деятельности. Мы очень гордимся этой премией, ведь прошлый год для рынка рекрутинга был не самым удачным. Когда начинается кризис, компании обычно урезают бюджет на персонал. А это ударяет по кадровым агентствам. Честно говоря, я считала, что премии такого высокого уровня просто покупаются. Как видите, это не так. И это для меня хороший знак: не всюду есть коррупция.

Что касается коррупционных элементов, они связаны не с государственными органами, а с отдельными клиентами. Например, в одной компании специалист, занимающийся персоналом, прозрачно намекнул на «откат». Но это случается не часто, и мы ни на какие коррупционные схемы не идем.

Хочется заметить, что даже в крупных западных компаниях порой возникают ситуации, когда выбивают «откат». Не думаю, что это какая-то системная проблема компании, все дело в одном конкретном человеке, который получил выгодную позицию и хочет выжать из нее все для собственного обогащения.

Мнение

Владимир Якуба,
старший партнер кадрового агентства Tom Hunt

ма, которая может возникнуть у иностранного гражданина, собирающегося открыть кадровый бизнес на новой территории.

Чтобы бизнес был работоспособным и эффективным, надо соответствовать двум основным параметрам: 1) бренд должен иметь хорошую репутацию и быть узнаваемым, 2) текущие клиенты должны обеспечивать приток капиталов в предприятие, создавая ему тем самым хорошую рекламу.

По нашим данным, в настоящее время в Москве на рынке кадровых агентств функционируют от

В зависимости от того, насколько специалисты хорошо работают, вместе с окладами и премиями они получают от 20 тысяч до сотен тысяч долларов в год.

– Сколько человек работает в вашей компании?

– Вместе с филиалом в Санкт-Петербурге – 60. Средний возраст персонала у нас повысился, ныне в Staffwell работают те, кому и за 30, и за 40 лет.

– Сколько из них иностранцев?

– Кроме меня, двое – британец и француз. До недавнего времени работал еще и немец, но он уволился, решив по-другому строить свою карьеру.

– Можете сказать об уровне зарплат ваших сотрудников?

– В зависимости от того, насколько специалисты хорошо работают, вместе с окладами и премиями они получают от 20 тысяч до сотен тысяч долларов в год.

ЧТО ТАКОЕ «ОТКАТ»?

РУКОВОДИТЬ РОССИЙСКИМ БИЗНЕСОМ, НАХОДЯСЬ ЗА ГРАНИЦЕЙ, НЕВОЗМОЖНО

– Обязательно ли иностранцу, работающему в Москве, знать русский язык?

– Зависит от того, в какой сфере вы собираетесь работать. Я, например, по-русски почти не говорю. Все иностранцы, что работали у нас, не могли похвастаться тем, что владеют русским языком. Исходя из опыта, хочу подчеркнуть, что это для успешного ведения бизнеса в Москве не является абсолютной необходимостью. Важно быть сильным лидером и четко ставить задачи сотрудникам. Но я все-таки рекомендовала бы тем, кто собирается ехать в Москву, учить русский язык, потому что это большой, большой плюс.

– В каких отраслях наибольший спрос на ваши услуги?

– Самым стабильным для нас остается нефтегазовый сектор. По-прежнему много заказов в сфере промышленности и добычи полезных ископаемых. Всегда требуется много айтишников. Активно развивается сектор потребительских товаров и розницы. Чуть медленнее идет бизнес в банковской сфере и недвижимости. Что касается юристов и финансистов, то мы подбираем их для всех отраслей.

– Какую сумму компания получает за найденного специалиста? Идет ли речь об одной его месячной зарплате?

– Практика удержания месячной зарплаты характерна для компаний, специализирующихся на массовом рекрутменте, подбирающих, например, кассиров или охранников. Мы этим не занимаемся. Мы ищем менеджеров среднего и высшего звена, удерживая за наши услуги до 25–30% от их годового дохода.

– Если бы вы работали не в Москве, а, например, в Нью-Йорке, что бы для вас изменилось?

– В России фиксированная ставка налогов – 13%, в Америке я бы платила 40%, там есть еще и прогрессивная ставка – было бы все 50%. К тому же Нью-Йорк – не мой город. Мне нравится туда приезжать отдыхать, но не работать. В Москве же мне очень комфортно. Если бы я так не любила Москву, все равно взялась бы за бизнес в другом регионе, скажем, в Китае.

– Купили в Москве квартиру?

– Нет, снимаю. Аренда, к слову, дорогая. Мои сыновья, Владимир, Леонид, Савва, ходят в англоязычную школу, где обучение тоже дорогое.

– Что бы вы посоветовали иностранцу, который колеблется – открывать бизнес в Москве или нет?

– Первым делом, я порекомендовала бы ему приехать в Москву, почувствовать город, поговорить с людьми, познакомиться с культурой, с отраслью, в которой вы собираетесь работать. Во-вторых, нужно иметь четкий план, стратегию, быть сильным лидером и генерировать идеи. Исполнителей здесь нанять не проблема. В Москве множество умных и инициативных специалистов. Руководить российским бизнесом, находясь за границей, невозможно, нужно обязательно сюда переехать.

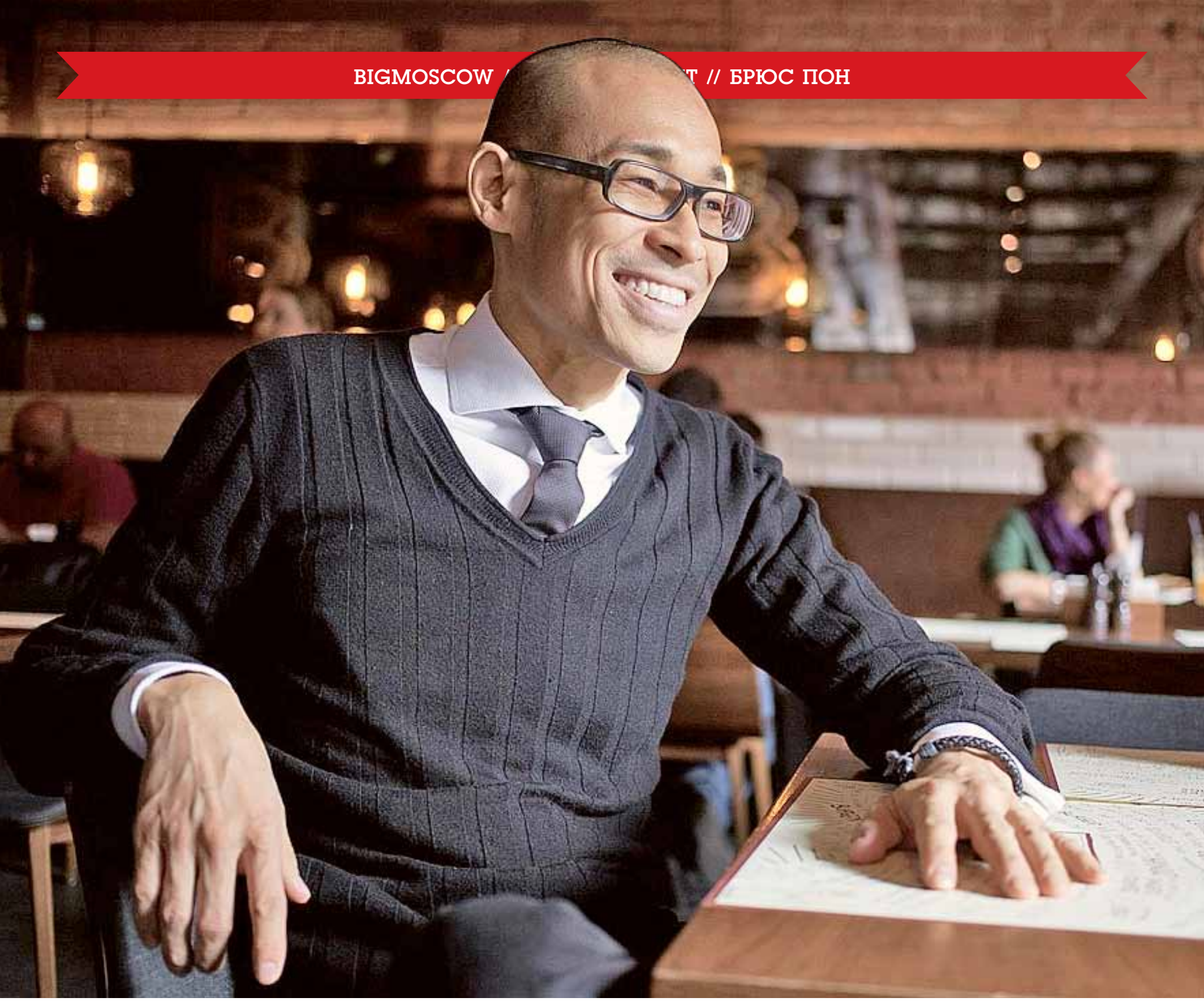
– Есть любимые места в Москве?

– Набережная Москвы-реки около Кремля и Храм Христа Спасителя на Кропоткинской.

На визитках компании Staffwell изображен забавный улыбающийся человечек за штурвалом, вглядывающийся вдаль через подзорную трубу. Он всем клиентам очень нравится: стойкий, сосредоточенный, но в то же время дружелюбный. У сотрудников компании он ассоциируется с Тери Линдберг, она тоже пребывает в постоянном поиске, сохраняя при этом неизменную улыбку на лице.

– Я довольна своей работой в Москве и полна оптимизма, – говорит нам на прощанье основатель компании Staffwell. ■

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com



Правильное направление

*Канадец китайского происхождения **Брюс Пон** приехал в Москву из Берлина, потому что считает российскую столицу одним из лучших мест в мире для реализации бизнес-идей*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Известный и востребованный международный специалист, Брюс работал во многих странах, а побывав в Москве, решил основать собственную компанию, и вот уже четыре года* Avantalion International Consulting *успешно реализует проекты по всему миру, помогая международным компаниям развивать бизнес и завоевывать новые территории.

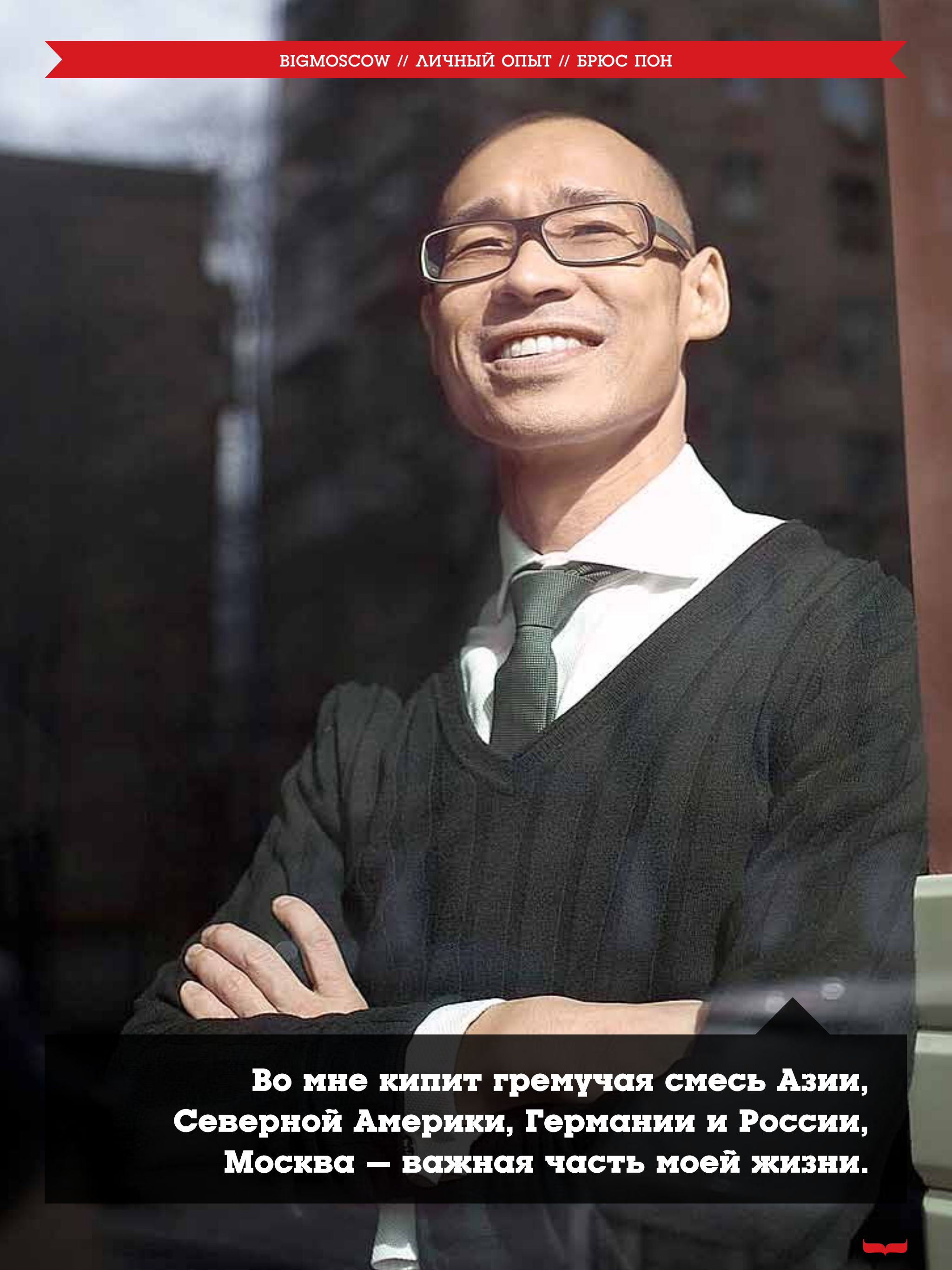
Родился и вырос Брюс в маленьком городке на севере Канады, где на весь город была всего одна библиотека с несколькими полками. Брюс еще школьником прочитал в ней все книги от корки до корки, а в 17 лет поступил в один из самых престижных университетов страны на отделение сельского хозяйства, где в качестве специальности выбрал энергосберегающие технологии с углубленным изучением водных ресурсов. Но сразу после университета он ушел в консалтинг и занялся не менее значимым делом – IT-технологиями в финансовом секторе. В составе рабочей группы канадского правительства Брюс занимался разработкой и внедрением системы социального обеспечения, которая используется до сих пор. В начале тысячелетия Брюс перебрался в Германию, а оттуда в Москву.

– Лет пять назад меня пригласили работать в московское подразделение Mercedes, *– рассказывает Брюс. –* ***Через год я вернулся в Германию и с партнерами основал компанию Avantalion Consulting. Мы помогаем запускать финансовые проекты и открывать банки в разных странах, в особенности – на развивающихся рынках. Я лично отвечаю за проекты в России.***

О БРЮСЕ ПОНЕ

Первый раз Брюс приехал в Москву в 2006 году. И ему здесь не очень понравилось.

– Мне показалось, будто я попал в прошлый век. Закрытые, сдержанные в общении люди, непривычная манера ведения



Во мне кипит гремучая смесь Азии, Северной Америки, Германии и России, Москва — важная часть моей жизни.

бизнеса. Я такого нигде не встречал, *– признается Брюс. –* ***Возможно, мне это просто показалось, поскольку тогда я не слишком близко общался с русскими.***

Но постепенно впечатления менялись. Теперь у Брюса совсем другое отношение и к российской столице, и к москвичам.

– Современное поколение московских предпринимателей совершенно другое, *– говорит он. –* ***Молодые (а многие начинают заниматься своим бизнесом в 22–23 года), активные, эрудированные, со своими особыми взглядами на окружающую действительность, они влияют на окружающую среду, на городскую культуру. Мне нравится, что русские понимают современные тренды, используют мировой опыт ведения бизнеса. Бизнес в России стал куда более открытым. Москва сегодня – гораздо более дружелюбный и расслабленный город. Мне, в частности, очень нравятся здешние парки и рестораны.***

Брюсу приходится часто пересекать российскую границу – примерно раз в месяц. Каждый год приходится оформлять новую визу – безвизовый режим между Россией и Евросоюзом, о котором в Москве так много говорят, еще не ввели. Хлопотно, конечно, но терпимо.

– Я знаю, какие требуются документы и как их нужно правильно оформить, поэтому приношу все сразу. Сотрудники в российском посольстве меня уже узнают и оформляют все за пару часов, *– улыбается Брюс.*

Мне нравится, что русские понимают современные тренды, используют мировой опыт ведения бизнеса. Бизнес в России стал куда более открытым.

Единственное, что требуется от иностранца, запускающего бизнес в Москве — постараться понять русскую культуру и попытаться к ней приспособиться.

Приехать в Москву западному человеку просто, но открыть свой бизнес – разумеется, совсем другая история.

– Основать бизнес всегда непросто. Это можно сравнить с рождением и воспитанием ребенка. Ведь твой бизнес – это твое детище. И где бы вы не открывали бизнес, прежде всего важна его идея, миссия и общее видение. Если у вас есть отличная идея, если вы можете предложить людям то, за что они готовы заплатить, это сработает везде. Москва – весьма подходящее место для реализации бизнес-идей. Единственное, что требуется от иностранца, запускающего бизнес в Москве, – постараться понять русскую культуру и попытаться к ней приспособиться.

Компания Avantalion оказывает консультационные услуги в сфере автофинансов, инфраструктурных инноваций, управления бизнес-процессами и проектами. Когда Брюс впервые приехал в Москву, он увидел, что тут бурно развивается автокредитование, открываются автобанки. И понял, что может оказаться просто незаменимым. Так и вышло.

– У нас практически нет конкурентов, потому что наша компания – лучший и единственный в российской столице эксперт по автофинансам. Иногда мы сотрудничаем с крупными консалтинговыми фирмами и производителями программного обеспечения –

В каждой стране свои проблемы. С бюрократией сталкиваешься везде, даже в Германии. В Москве ситуация явно улучшается.

IBM, Diasoft, Ernst & Young. Для нас наибольший успех определяется тем, что открывает свои двери новый банк. В Москве благодаря нам это случалось уже дважды.

В особой рекламе компания Брюса Пона не нуждается – в профессиональном сообществе она хорошо известна. И в клиентах недостатка нет – любая коммерческая организация, занимающаяся автокредитованием и тем более планирующая открыть собственный автобанк, не откажется от услуг компании Avantalion.

– Но мы работаем не только в России. Наша компания ведет несколько проектов и в других странах. Сейчас я в Москве провожу примерно неделю в месяц. Надеюсь, в будущем жить и работать здесь подольше.

В московском офисе у компании Avantalion нужды нет – Брюс работает в офисах своих клиентов. А живет в районе Таганки – снимает квартиру в одном из исторических зданий, построенных в сталинские времена.

Эксперт

Александр Колошенко,
президент «Тойота банк»

тем, что в нашей стране люди стремятся выкупить автомобиль полностью и стать его полноправным владельцем. На Западе давно живут по другому принципу: владеют автомобилем по очень выгодной схеме, заплатив первоначальный взнос, и выплачивая ежемесячно небольшую сумму – иногда только проценты за кредит. В конце срока кредита вместо того, чтобы полностью выкупать автомобиль, клиент меняет автомобиль на новый. В России такую услугу предоставляют несколько банков.
На мой взгляд, сектор автокредитования будет меняться и весьма активно развиваться. Посте-

– У нас очень маленькая команда, всего два десятка человек. В нашем деле главное – опыт. Мне, например, 40 лет, а я проработал в этой индустрии почти два десятилетия.

Работает Брюс, конечно, не один – помогают местные специалисты, фрилансеры. К счастью, квалифицированных кадров в Москве достаточно.

– Уровень образования в России очень высокий, *– говорит Брюс.* ***– Я не слишком разбираюсь в тонкостях местной образовательной системы и совсем не в курсе, как устроены университеты в России, но их выпускники – в высшей степени культурные люди. Я работал во многих азиатских странах, но не нигде не встречал так много образованных людей. Если сравнить с уровнем образования на Западе выходит почти то же самое. Единственное отличие в том, что в Европе студенты университетов, как правило, на 4–5 лет старше, чем в России. В 26–27 лет у них гораздо больше опыта, но когда они обзаво-***

Мнение

Евгений Давыдович,
и.о. председателя правления Связного Банка

гическое направление бизнеса, а не гнаться за сиюминутной прибылью.
Из-за необходимости подстраиваться под новые правила рост бизнеса банков в этом году ожидается гораздо менее интенсивным, чем в прошлые два-три года. В частности, наш банк планирует увеличить активы на 20–30%, в то время как в 2012 году мы выросли по этому показателю в два раза. Но учитывая исходные позиции, и такие показатели хороши. К тому же у снижения темпов роста развития розничного кредитования есть и положительный эффект. Система станет более стабильной, банки, лишившись

дятся семьями, то перестают испытывать интерес к занятиям. А российские студенты, заимев семьи уже в 22–23 года, в своей энергии и динамичности значительно превосходят западных студентов. В Москве множество квалифицированных специалистов, и они крайне легки на подъем. В Германии на одном месте сидят десятилетиями, а тут каждые пару лет – новые повороты карьеры. Шесть, девять месяцев проработал – и уволился! Меня поначалу это шокировало. Моя карьера складывалась совсем по-другому – на одном месте я работал минимум пять лет.

Разумеется, если сотрудник проработал в одной компании на протяжении нескольких лет, это свиде-

тельствует о его лояльности. Однако в Москве сейчас все настолько динамично развивается и быстро меняется, что новое поколение предпринимателей и специалистов стремится этим воспользоваться и найти свое место. Брюсу, похоже, это нравится.

– В Москве люди не боятся резких движений, постоянно жаждут узнать что-то новое, и это очень приятно, *– резюмирует он.*

Есть и другие отличительные особенности российской культуры ведения бизнеса, которая на данном этапе своего развития сильно отличается от западной. В России очень распространена авторитарная модель управления. И не столько из-за того, что начальство склонно к самодурству (хотя и это не редкость), а скорее потому, что сотрудники предпочитают скорее выполнять поручения, нежели проявлять инициативу.

– Вот типичная московская история: босс увольняет сотрудника и заявляет: «Я взял тебя на работу, потому что ты молод и умен, но ты не добился тех финансовых результатов, которых я от тебя ждал». А сотрудник отвечает: «Но вы же не говорите, что мне делать!». Это яркий пример московской бизнес-культуры. С одной стороны – энергичные молодые люди, нацеленные на успех, а с другой – приверженцы командной системы, которые ждут указаний сверху. Такие люди не готовы к полной самостоятельности.

Раз уж зашла речь о московской бизнес-культуре, нельзя обойти стороной пресловутую проблему коррупции. Так ли всесильна коррупция в России, как твердят западные политики?

– Я работаю в Москве с разными компаниями, в том числе и крупными международными

В Москве люди не боятся резких движений, постоянно жаждут узнать что-то новое, и это очень приятно.

корпорациями, и могу со всей ответственностью утверждать, что в банковской сфере бизнеса я ни разу не сталкивался с коррупцией – твердо заявляет Брюс. – Российский Центробанк все жестко контролирует, так что в данном сегменте экономики ситуация такая же, как в любой западной стране. Другое дело – бюрократия.

Российская бюрократия с ее многовековой историей – главная трудность для западного предпринимателя, открывающего бизнес в Москве, считает Брюс.

– В каждой стране – свои проблемы, *– развивает он свою мысль. –* ***С бюрократией сталкиваешься везде, даже в Германии. В Москве ситуация явно улучшается. Москва движется в правильном направлении. И это самое главное. Я живу в Москве и в Берлине. Берлин сейчас, наверное, самый динамичный город Европы, по сравнению с другими европейскими столицами он меняется крайне быстро. Но Москва меняется еще быстрее. Определенно, это место, куда стоит приехать. Пять-шесть лет назад, когда заговаривали о Москве, со всех сторон я только и слышал: там опасно! Даже специальные курсы были для тех, кто отправлялся в Мексику, ЮАР и Россию. Сейчас это и в голову никому не придет. Безопаснее разве что в Китае. Но если Пекин – самое размеренное место, то Москва – самое динамичное. Я бы рекомендовал всем, кто хочет открыть свой бизнес, смело отправляться в Москву. Я и в самом деле полюбил и Москву, и москвичей. В них есть страсть, и это очень к ним располагает.***

Между прочим, у Avantalion такой слоган: If you are not passionate, you won't inspire others. То есть, если в вас нет страсти, вы не сможете быть источником вдохновения для других. Это важно в любом бизнесе, ну а в консалтерском – особенно. Сам Брюс полон страсти – чем бы ни занимался, о чем бы ни говорил.

– Во мне кипит гремучая смесь Азии, Северной Америки, Германии и России, *– подчеркивает Брюс. –* ***Москва – важная часть моей жизни.*** ■

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

Хозяйка магазина

***Мануэла Штоль** с немецкой педантичностью продвигает в Москве и всей России интернет-торговлю мебелью*

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Защитив диссертацию и поработав в крупной международной компании, она открыла собственный онлайновый магазин, а в сентябре 2011 года приехала вместе с партнером Нино Ульзамером в Москву заниматься бизнесом. Ныне в их ведении онлайновый гипермаркет мебели и товаров для дома* Mebelrama.ru*, а также онлайновый шопинг-клуб* Westwing.ru*. Она знает все нюансы интернет-торговли, особенности российского мебельного рынка и психологии покупателей. Как стать успешным в России? Своим опытом делится немка* Мануэла Штоль.

«РОССИЮ ПРЕДСТАВЛЯЛА ПО ОТКРЫТКАМ С КРАСНОЙ ПЛОЩАДЬЮ»

– Как вы оказались в Москве?

– Нам позвонили представители европейского инвестора Rocket Internet и предложили организовать в России компанию, которая бы занималась онлайновым мебельным бизнесом.

– Сочли это предложение привлекательным?

– Конечно. Во-первых, Россия принадлежит к числу стран с быстро развивающейся экономикой, во-вторых, у мебельного бизнеса были большие обороты. Ну и в-третьих, инвестор обладал хорошей репутацией.

– До этого не были в Москве?

– Нет. Москву представляла по открыткам с Красной площадью. Прежде чем принять окончательное решение, мы сначала приехали осмотреться и понять, почувствовать город и страну. По дороге из аэропорта приуныли: из окон были видны серые, панельные дома, поваленные заборы. Но по мере приближения к центру настроение стало улучшаться. Москва оказалась очень красивым, вполне европейским городом.

– Родители не пытались воспрепятствовать вашему переезду в Москву?

... о Мануэле Штоль

Россия — страна огромная, и с точки зрения логистики работать тут непросто.

– О, отец у меня сам не раз круто менял свою жизнь. Сначала изучал теологию, был священником в баптистской церкви. Потом увлекся информационными технологиями, проработал в этой сфере 30 лет. Мама трудилась в городской администрации. Моих родителей уже невозможно было чем-то удивить. Работая в McKinsey & Company, я успела пожить в Нью-Йорке, в Дубае, в Лондоне. На очереди была Москва.

у нас было только 2 месяца. А требования к кандидатам выдвигались довольно специфические. Дело в том, что в России рынок мебели выглядит совсем иначе, чем на Западе. У вас много розничных магазинов, принадлежащих самим производителям, например, «Шатура-мебель». На Западе такого нет, там в больших мебельных магазинах представлены все бренды. Наш специалист по закупкам должен был знать всех производителей на рынке мебели, разбираться, какие

Я бы не сказала, что в совет директоров надо в обязательном порядке включать российских партнеров. Но, несомненно, нужен консультант.

– С какими трудностями пришлось столкнуться, когда организовывали работу компании?

– Инвестор уже создал юридическое лицо. Фирма никакой деятельности пока не вела, но все регистрационные документы были. Перед нами сразу возникла проблема, которая актуальна и сейчас – хорошие кадры. Мы запускали сайт с нуля. На поиск квалифицированных специалистов

бренды хорошо продаются, какие – нет, понимать, как составить линейку продукции. Люди с опытом работы в мебельном бизнесе, как правило, знали только одного производителя – своего бывшего работодателя. О нем они знали все, а про другие марки – очень поверхностно. К тому же кандидат должен был хорошо говорить по-английски, что существенно сужало круг поиска. Наш инвестор – англоязычный. Компьютерное программное

обеспечение тоже на английском. Из-за незнания языка приходилось отказываться от хороших кандидатов.

Вторая проблема – складские помещения. Партнерская компания в Германии уже была готова приступить к поставкам. Но где хранить мебель? В Москве в то время непросто было найти хорошее складское помещение. Да и цены, прямо, скажем, кусались.

– Может ли иностранец организовать бизнес в России самостоятельно, или без помощи местных специалистов не обойтись?

– Я бы не сказала, что в совет директоров надо в обязательном порядке включать российских партнеров. Но, несомненно, нужен консультант – местный юрист, который разбирается в нюансах и специфике российского законодательства.

– Вы вкладывали в компанию собственные деньги?

– Нет, я ничего не вкладывала.

– Как по вашему, запустить бизнес в Москве дороже или дешевле, чем на Западе?

– Нужно понимать, что аренда офисных, складских и жилых помещений здесь очень не дешевая. Дорого стоит и персонал. Единственное что в Москве дешево – это поездки

Эксперт

Станислав Заботин,
генеральный директор консалтинговой компании «Наше будущее»

среднестатистического немца или француза пяти-семилетней давности – и вот он, российский потребитель. Это касается и мебельного рынка.

В принципе, любому иностранцу, желающему открыть свой бизнес в России, потребуется профессиональный консультант. Безусловно, с трудностями любого рода он сможет справиться самостоятельно. Надо отдать должное президентской программе по борьбе с коррупцией и активному развитию электронного правительства. Но на это придется потратить

на метро. Но если у вас есть хорошая бизнес-идея, инвестора найти не сложно. Здесь очень много игроков, заинтересованных в российском рынке и желающих, чтобы кто-то с толком распорядился их деньгами.

«В РОССИИ ДЕЙСТВУЮТ ПО ПРИНЦИПУ: ЗАПЛАТИМ, ТОЛЬКО КОГДА УВИДИМ ТОВАР»

– Сколько человек сейчас работает в вашей компании?

– Около 150 – в Mebelrama.ru и Westwing.ru.

– Где снимаете складские помещения?

– В районе Лефортово. А вообще мы переезжали уже два раза. С первым складом связано немало приключений. Там не было сотрудников нашей компании – мы просто не успевали сами нанять квалифицированный персонал. А с точки зрения складской логистики, мебельный бизнес – довольно сложное дело. В отличие от другой продукции, где товар укладывается в одну коробку, наклеивается этикетка и всё, у нас тот же сборный шкаф может состоять из шести коробок, и на каждую требуется отдельный ярлык. При этом нужно правильно все коробки сгруппировать, чтобы получился один шкаф. Если какой-то коробки не хватает, продукт уже не полноценный, его не продашь. Работники нашего первого склада обеспечить правильную маркировку и сортировку товаров не могли. И у нас из-за этого возникли постоянные проблемы с поставщиками и покупателями.

К тому же система учета на том складе была далека от совершенства. Работники не знали, на какой полке что лежит. Получив партию товара, они просто складывали коробки в угол и благополучно о них забывали. Со временем мы обнаружили целую гору коробок, непонятно от кого поступивших. Куда их отправлять?

Внедрите двух-трех своих сотрудников на тот склад, который вы собираетесь арендовать — пусть следят за тем, что там происходит.

Администрация склада не проявляла должную гибкость, не хотела вникать в нашу ситуацию. В итоге нам пришлось сменить склад. Не хочу сказать, что это чисто российская проблема. Найти хороший склад везде непросто.

Сейчас у нас на складе часть персонала – наши специалисты, а часть – аутсорсинг. Тем, чей бизнес связан со складскими помещениями, хранением товара, я бы хотела дать совет: если вы не можете организовать собственный склад, внедрите двух-трех своих сотрудников на тот склад, который вы собираетесь арендовать, чтобы они следили за тем, что там происходит.

– Российские покупатели отличаются от западных?

– В России покупатели действуют по принципу: «заплатим деньги, когда увидим товар». А на Западе они часто делают предоплату, расплачиваются за покупку в интернет-магазине по кредитной карте, через систему электронного кошелька. В России пока чувствуется некоторое недоверие к интернет-магазинам. Если на сайте разместили какой-то заказ, то это совсем не значит, что покупка состоится. Бывает, мы привозим товар, а на месте выясняется, что клиенты хотели на него просто посмотреть. И мы не можем чисто юридически заставить их оплатить стоимость доставки.

Мнение

Денис Шапкарин, *управляющий партнер агентства интернет-рекламы Nectarin*

лет часть бизнеса плавно перетекла в киберпространство, и люди получили возможность зарабатывать деньги, не выходя из дома. Российский рынок электронной коммерции только развивается и пока уступает странам Европы или Северной Америки. Однако за последние шесть лет он вырос примерно в 3,5 раза. Средний темп роста достигает 30%, и по прогнозам такая динамика сохранится в ближайшие пять лет. Эта статистика говорит о больших перспективах для бизнеса. Чем быстрее будет расти благосостояние россиян, тем быстрее

На Западе во внесенную клиентом предоплату уже включена стоимость доставки, и если тебе товар не понравился, стоимость доставки удерживается.

Для меня очень странно такое недоверие. Я бы сказала, что это чисто российская специфика. Бывало, у нас размещали заказ, и если случалась задержка с поставками на два-три дня, клиент, как только видел сообщение о задержке, начинал строчить гневные письма: дескать, вы мошенники, обманщики. А ведь он нам пока не заплатил ни копейки!

Еще одна специфическая для России вещь – это отношение к доставке. На Западе часто доставляют товар партиями по мере поступления, в несколько приемов. Есть такая опция: если у тебя в корзине несколько товаров, их доставляют по мере поступления. В России же все требуют, чтобы товар был скомплектован полностью и доставлен в один прием. Здесь не очень принято доставлять товар в офис. И если человек ждет заказ, ему приходится отпрашиваться с работы.

– Какой товар пользуется наибольшим спросом?

– Мы отслеживаем по Интернету, какой товар чаще других просматривают посетители сайта. Большое внимание уделяют диванам, но они далеко не так хорошо продаются, как хотелось бы. Мне кажется, что диван – это такая солидная покупка, человеку хочется самому его почувствовать, посидеть на нем, потрогать руками, посмотреть, насколько удобно он раскладывается. В отличие, скажем, от стола, который достаточно увидеть на сайте. Очень хорошо продается мебель для прихожих: шкафы, тумбочки для обуви. Из крупной мебели хорошо идут кровати, а также столы и стулья для кухни.

На Западе доставляют товар партиями по мере поступления, в несколько приемов. В России все требуют, чтобы товар был скомплектован полностью и доставлен в один прием.

– Какая мебель продается лучше – зарубежных брендов или российских?

– Пятьдесят на пятьдесят. 10% от оборота – это мебель, произведенная в Китае специально по нашему заказу. Есть товары специфические, например, раскладной стол-книжка, которые делают только в России, на Западе это что-то невиданное. Мы их много продаем. Здесь много малогабаритных квартир. В Германии, например, из всех продаваемых диванов складные составляют менее половины, а в России – подавляющее большинство, потому что для россиян важно, чтобы диван выполнял еще и роль двуспальной кровати.

– С регионами работаете?

– Компания «Мебельрама» сейчас работает только по Москве и Санкт-Петербургу. На долю столицы приходится 80% заказов, Питера – 20%.

У нас товар крупногабаритный, и мы пока еще не наладили поставки в отдаленные регионы. Westwing.ru работает по всей России – там нет габаритной продукции.

«НА ПОЛИЦИЮ И НАДЗОРНЫЕ ОРГАНЫ НАДЕЯТЬСЯ НЕ СТОИТ»

– Многие иностранцы опасаются, что российские партнеры их могут обмануть. У вас был подобный негативный опыт?

– В целом у меня впечатления положительные, не могу сказать, что в России опасно вести бизнес.

Иностранцам важно знать: если попадешь в какую-то сложную ситуацию с поставщиками, или как мы, с владельцами склада, то не стоит надеяться на скорую помощь полиции или других надзорных государственных органов.

Мы, например, заключили договор, а вторая сторона его не выполняла. И когда мы попытались предъявить претензии, они просто перестали отвечать на телефонные звонки, не пускали нас на свой склад. У них в заложниках оказались наши товары. В конфликте пришлось разбираться и как-то договариваться нам самим, на помощь российских государственных органов рассчитывать не приходилось.

– Как вести бизнес в Москве, не зная русского языка?

– Надо нанять хороший персонал, которому можно доверять. Например, на встречи с поставщиками я часто прихожу со своим операционным директором и директором по закупкам, которые меня хорошо понимают. В этом случае я уверена, что встреча пройдет также, как если бы я знала русский язык.

– Чем отличалась бы деятельность подобного предприятия, если бы вы работали в Германии?

– Россия – страна огромная, и с точки зрения логистики работать тут непросто. В Германии уже есть отлично себя зарекомендовавшие поставщики товаров. Много транспортных компаний, которые за адекватную цену доставят вовремя товар в самую глухую деревушку. Если цена не устраивает, на рынке есть еще пять подобных компаний, готовых выполнить заказ за приемлемую цену. Но в Германии было бы сложнее работать с точки зрения конкуренции. Там мебельных интернет-магазинов куда больше.

– Что вы можете сказать о взаимоотношениях с налоговыми органами?

– Эти отношения складываются порой довольно сложно. В Германии,

если нужно вернуть заплаченный в бюджет НДС, все очень просто: посылаешь заявку, там все автоматически обрабатывается, и все тебе возвращают. В России же нужно идти лично в налоговую инспекцию, вести длительные переговоры с инспектором. Насколько я понимаю, в России нередки случаи мошенничества с возмещением НДС, и местные финансовые власти этим весьма обеспокоены.

– С таможней возникали сложности?

– Поначалу – да. У нас отличные взаимоотношения с поставщиками, и они нам отпускают товар по довольно низким ценам. Когда же наши товары поступали на российскую таможню, перед ними возникал таможенник с каким-то прейскурантом, где значилось, что один килограмм диванов из Германии должен стоить столько-то. И поскольку наши цены были значительно ниже этой усредненной ставки, работники таможни предположили, что мы специально занижаем в документах цены, уклоняясь от уплаты таможенных сборов. Пришлось потратить много времени и сил, чтобы убедить их в обратном.

– Вы в Москве снимаете квартиру. Это дорого?

– В Москве все зависит от места. Я снимаю квартиру в самом центре, на Тверской улице. Этот район сам по себе очень дорогой. Мне не хочется много времени тратить на дорогу к месту работы. Я плачу 80 тысяч рублей в месяц. И это за небольшую квартиру в 40 квадратных метров! В Германии за аналогичную квартиру с меня брали бы в два, а то и в три раза меньше.

Культура бизнеса в России, конечно, отличается от западной, но не настолько, чтобы европеец не мог к ней приспособиться.

– Мануэла, наверняка вам приходится слышать: «О, вы больше похожи на модель, чем на бизнес-леди». Вас подобные реплики

обижают или, наоборот, вы это воспринимаете как комплимент?

– Смотря, что за этим следует. Если с тобой продолжают общаться, как с истинной бизнес-леди, то все в порядке. А если начинают говорить, как с красивой, но пустоголовой куклой, это совсем другое дело. Но в целом я люблю комплименты.

– У вас появились друзья среди москвичей?

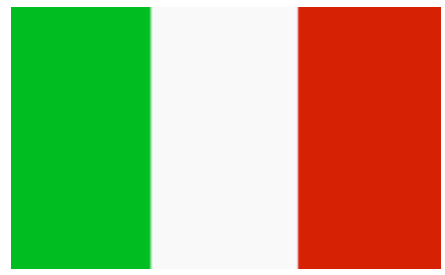
– Да, это люди, с которыми я работаю. Вне работы я мало с кем общаюсь. Просто нет времени.

– Что бы вы сказали иностранцам, раздумывающим, стоит ли ехать в Москву, чтобы заняться бизнесом?

– Конечно, стоит! Это очень хороший опыт и очень хороший рынок. Культура бизнеса в России, конечно, отличается от западной, но не настолько, чтобы европеец не мог к ней приспособиться.

У Мануэлы Штоль и Нино Ульзамера большие планы. Они хотят стать лидерами рынка мебели и товаров для дома в российском онлайн-секторе. В пятилетней перспективе предполагают выйти на оборот в 100 миллионов долларов. ■

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com



Поставщик из Вероны

*Итальянец **Пьеранджело Карбонара** прививает москвичам средиземноморскую гастрономическую культуру*

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР МОХОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

То, что русские высоко ценят итальянскую культуру, ***Пьеранджело Карбонара****, профессиональный танцор и хореограф, прекрасно знал. Но когда в конце 1990-х побывал в России, ему здесь не очень-то понравилось.*

Поэтому три года назад он ехал в Москву с некоторым предубеждением. Он не верил жене, что Россия и россияне стали другими, что Москва – один из самых динамично развивающихся мегаполисов мира, в котором много экспатов, в том числе итальянцев. И к ним здесь неплохо относятся.

Жену ждала в Москве блестящая карьера в компании, занимающейся информационными технологиями. А Пьеранджело захотел коренным образом поменять образ жизни. К тому времени он успел пожить в нескольких странах, среди которых Германия и Греция, и научился быстро адаптироваться к новым условиям. И решил посмотреть, на самом ли деле Москва так изменилась.

Оказалось, жена не обманула. Россияне действительно стали более открытыми, раскрепощенными. У них появился вкус к хорошей одежде и еде. И полтора года назад, после окончания очередного театрального сезона, Пьеранджело опять засобирался в Россию. На этот раз надолго.

– Но мы договорились: если мне здесь понравится – остаемся, если нет – возвращаемся в Италию или Грецию!

После этих слов не остается сомнений в том, кто же глава семьи. Но глава, считает Пьеранджело, вовсе не тот, кто все решает, а тот, кто зарабатывает, тот, кто кормит семью. И ему показалось, что в Москве перед ним открывается куда больше возможностей, чем в Западной Европе.

– Поначалу я здесь никого не знал, *– вспоминает Пьеранджело.* ***– И решил поискать в социальных сетях своих соотечественников.***

Россияне стали более открытыми, раскрепощенными. У них появился вкус к хорошей одежде и еде.

Выяснилось, что их очень много. Только в Facebook, в группе «Итальянцы в Москве», зарегистрировано 1300 человек. Я пообщался с ними и понял, что большинство работают в итальянских ресторанах – шеф-поварами, официантами, барменами.

Представьте: Пьеранджело – настоящий полиглот! Владеет шестью языками – итальянским, английским, немецким, французским, испанским, греческим. А вот русский дается ему трудней всего. Значит, и работать в Москве лучше со своими соотечественниками, теми, кто его понимает.

– Но чем я мог быть им полезен? *– горячо восклицает итальянец.* ***– Я даже пиццу готовить не умею!***

Вскоре Пьеранджело вышел на компанию Italia Mia, поставляющую в Россию итальянские продукты. И стал в ней коммерческим директором. Работа пусть и не такая творческая, как у хореографа, но не менее интересная.

– Мы занимаемся дистрибуцией и напрямую работаем с поставщиками из Италии, *– рассказывает Пьеранджело.* ***– У нас собственный склад в подмосковных Мытищах, магазин в Москве. Мы поставляем продукцию в супермаркеты и рестораны.***

Владельцы Italia Mia – русская семья. Компания очень молодая и крайне немногочисленная. Шесть человек работают в офисе, столько же – на торговых точках, плюс трое водителей-экспедиторов. Все сотрудники – россияне. Коммерческий директор в Italia Mia – единственный итальянец.

Только в Facebook, в группе «Итальянцы в Москве», зарегистрировано 1300 человек. Я пообщался с ними и понял, что большинство работают в итальянских ресторанах.

90% продукции со склада в итальянской Вероне везут в Россию на трейлерах. Italia Mia пользуется услугами одной транспортной компании, с которой заключен долгосрочный контракт. В среднем на это уходит 3-4 дня, все зависит от скорости прохождения таможни. Пьеранджело подчеркивает, что из Италии их грузовики всегда отправляются с полным комплектом документов.

– Но каким-то странным образом проблемы на таможне всегда возникают, *– недоумевает наш собеседник.*

Развивать эту тему он не собирается, однако дает тот же самый совет, который не раз приходилось слышать от бизнесменов, работающих в России.

– Здесь вам понадобится русский партнер. Иначе просто погорите.

10% итальянских товаров доставляется самолетами. В основном это скоропортящаяся продукция – например, сыр моцарелла. Удовольствие дорогое, но деваться некуда. У той же моцареллы срок годности не больше 10 дней. И если четыре из них затратить на транспортировку...

А вот, скажем, рис можно отправлять и морем. Он идет целый месяц через Петербург.

Доля импортного продовольствия в Москве в последнее время растет. По мясу она превышает 55%, по маслу – 50%, по рыбе – 30%. По оценкам специалистов, со снижением пошлин в связи со вступлением России в ВТО пропорция в пользу импортного продовольствия будет только увеличиваться.

Пьеранджело не берется сказать, какова здесь доля итальянских продуктов. И только по той причине, что серьезную конкуренцию оригинальным и качественным продуктам из Италии, которые можно купить

В России под видом «итальянских» продаются всевозможные сыры из Румынии, например, тот же «Пармезан». То же самое с колбасными изделиями.

То, что в Италии стоит, скажем, 10 евро, в Москве продается уже за 25—30. Цена возрастает сразу в два-три раза.

и в Москве, в других городах России, составляют подделки под них.

– Люди поняли, что на итальянском продовольствии можно сделать хороший бизнес. На упаковке написано все по-итальянски, но этот продукт не из Италии. В России под видом «итальянских» продаются всевозможные сыры из Румынии, например, тот же «Пармезан». То же самое с колбасными изделиями. Их, как правило, везут из Венгрии и других восточноевропейских стран. Там оплата труда не столь высока, и все дешевле. Но ничего общего с настоящей итальянской продукцией это не имеет.

Только вот покупатели об этом обычно не подозревают. По словам Пьеранджело, в Москве лишь считанные компании поставляют итальянское продовольствие высокого качества. Все остальное – гораздо ниже рангом. Но распознать подделку на вкус способен лишь настоящий итальянец.

– Оригинальные продукты проходят необходимые тесты, контроль за их качеством, соблюдением санитарных норм в Италии очень жесткий, *– говорит Пьеранджело. –* ***Мы можем гарантировать, что они полезны для здоровья. А что могут гарантировать те, кто в каком-нибудь румынском подвале делает «итальянский» сыр из... сухого молока?***

Низкокачественные товары – главная проблема в бизнесе компа-

Пусть никто не думает, что это легко, что деньги здесь под ногами валяются. Чтобы стать поставщиком высококлассных ресторанов и супермаркетов, нужен очень качественный продукт и конкурентоспособная цена.

нии Italia Mia. Российский потребитель недостаточно осведомлен. Зачастую в Москве думают, что если импортный товар продается в приличном супермаркете, то он не может быть подделкой. Пьеранджело считает, что было бы полезно устраивать специальные мастер-классы для потребителей и обзоры по продукции непосредственно в супермаркетах.

Оригинальная продукция представлена сегодня в основном в магазинах премиум-класса – «Бахетле», «Глобус Гурмэ», «Азбука вкуса». Клиенты ценят их за качество, и подделки там, как правило, не встретишь. Не встретишь их и в лучших итальянских ресторанах Москвы, с которыми работает Italia Mia.

– Шеф-повары там прошли соответствующее обучение, они знают, как отличить настоящий итальянский продукт, *– объясняет Пьеранджело.* ***– К тому же мы всегда прикладываем к нашей продукции***

сертификаты, подтверждающие, что она прошла все этапы контроля качества.

Завоевать сетевые магазины эконом-класса итальянцам пока не удается. Во-первых, слишком высока цена за «входной билет». А во-вторых, такие магазины ориентируются на определенную ценовую категорию. Однако настоящая итальянская продукция, сделанная вручную или на каком-то уникальном оборудовании, в принципе не может принадлежать этой категории. К тому же на цене не могут не сказываться таможенные и транспортные расходы. То, что в Италии стоит, скажем, 10 евро, в Москве продается уже за 25–30. Цена возрастает сразу в два-три раза. И не только из-за того что дорог перевоз. Например, по российским правилам надо приобретать сертификат на каждый вид знаменитой итальянской пасты – а видов этих десятки! Тесто, упаковка одни и те же, но в одном случае макароны длинные и тонкие, а в другом – в форме каких-то фигурок. И в каждом случае требуют отдельный сертификат! То же самое касается, допустим, салями. Сколько у этой колбасы производителей, столько приходится покупать и сертификатов.

Именно сертификация вздувает цены. Здесь пока даже вступление России в ВТО не помогло. Вот и получается, что многим москвичам такая продукция кажется дороговатой. К тому же не все понимают, в чем ее отличие от масс-брендов, которыми завалены столичные супермаркеты.

– Например, паста для русского человека – это просто макароны, спагетти! *– улыбается Пьеранджело.* ***– И зачастую москвичу без разницы, где они сделаны. Особенно когда полки ломятся от всевозможной импортной и отечественной продукции. При таком огромном выборе человек просто теряется.***

Но среди москвичей становится все больше ценителей «настоящего итальянского». Многие совершают туристические поездки по Италии и, вернувшись домой, снова хотят вкусить «солнышко из Сардинии», доставленное в Москву благодаря Italia Mia. Они уже не позволят себе плеснуть в фирменный салат вместо оливкового масла подсолнечное.

Пьеранджело считает это и своей заслугой. Привить россиянам вкус к гастрономической культуре Италии – стратегическая задача компании. Чем лучше в России разбираются в том, где и какой итальянский продукт должен применяться, тем стабильней на него спрос.

Поставки стабильно растут. В среднем на 15–20% в год. Москвичи все чаще предпочитают ужинать и общаться друг с другом вне дома.

– А хорошие итальянские рестораны – это визитная карточка нашей продукции! *– утверждает Пьеранджело.*

Компания Italia Mia действует теперь не только в Москве. Продукция поставляется в Уфу, Новосибирск, другие города. Но этим занимаются в основном русские партнеры Пьеранджело. Ему хватает забот и со своими соотечественниками. Их, кстати, все больше и в социальных сетях, и просто на улицах. Итальянцев тревожит непростая экономическая ситуация на родине и манит Россия. И среди них немало тех, кто уже достиг здесь определенных бизнес-высот. Пьеранджело даже слегка побаивается возможных конкурентов.

– Лучше, чтобы кризис в Италии прошел, и мои соотечественники оставались там! *– восклицает он.*

Пьеранджело и сам со временем намерен вернуться домой. В Москве ему очень не хватает хорошей погоды и теплого моря. Но у них с женой скоро должен родиться первенец. И глава семьи понимает, что обеспечить его будущее сегодня проще здесь, в России.

– Но пусть никто не думает, что это легко, что деньги здесь под ногами валяются, *– подчеркивает Пьеранджело. –* ***Чтобы стать поставщиком высококлассных ресторанов и супермаркетов, нужен очень качественный продукт и конкурентоспособная цена. Нам приходилось очень жестко конкурировать с другими поставщиками, которые стучались в те же двери. Но, как видите, кое-что у нас получилось.***

Пьеранджело мечтает сам когда-нибудь открыть в Москве итальянский ресторан. Он уверен, что выдержит конкуренцию. Ведь ему только 38. И дважды в неделю он ходит в школу. Учить русский. ■

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

Торг здесь уместен

*Австриец **Роберт Грассл** хорошо знаком не только с надводной частью айсберга торговых сделок с Россией, но и с подводной*

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Он возглавил московское представительство австрийской торговой фирмы «Ландау» еще в советское время. Вел переговоры с представителями всесоюзных внешнеторговых объединений, слыша за спиной: «Капиталист!». Он пережил перестройку, был свидетелем того, как россияне учились предпринимательству и рыночной культуре. Он и теперь, в свои 75 лет, продолжает торговать с Россией.

... о компании «Ландау»

«ПРИГЛАШЕНИЕ В РЕСТОРАН БЫЛО ОДНИМ ИЗ НЕГЛАСНЫХ ПУНКТОВ КОНТРАКТА»

Мне всегда было комфортно в России. Я ведь родился в СССР, в Харькове Мои родители – коммунисты, и в 1930-х годах приехали сюда строить социализм. Отец работал конструктором на Харьковском тракторном заводе, проектировал башню знаменитого танка «Т-34». Когда началась война, завод эвакуировали сначала в Сталинград, потом – в Барнаул.

После войны мы вернулись в Вену. Я окончил университет, стал специалистом по машиностроению. Фирма, в которой я работать, поставляла в Австрию из СССР культовые автомобили «Москвич-412».

Зная, что я хорошо владею русским языком, мне позвонил с деловым предложением Стефан Ландау. Его торговой фирме требовался руководитель московского представительства. Так судьба вернула меня в страну, где я родился. Это произошло в 1985 году, еще до распада СССР.

Мы представляли ряд швейцарских, австрийских, немецких фирм, торгующих с Москвой. Организовывали поставки крупных партий оборудования для текстильного производства. Продавали телевизионное оборудование.

Вся внешняя торговля в тогдашней Москве контролировалась государственными фирмами – «Техноэкспорт», «Машиноэкспорт», «Технопромимпорт», «Промсырьеимпорт». Вопросы закупки определенной номенклатуры товарной продукции и оборудования решали буквально несколько человек. С одной стороны, это упрощало работу, но с другой – практически лишало нас возможности устанавливать прямые контакты с конечным покупателем.

Вся внешняя торговля в тогдашней Москве контролировалась государственными фирмами — «Техноэкспорт», «Машиноэкспорт», «Технопромимпорт», «Промсырьеимпорт».

Конкуренция и в те годы была серьезная. Не последнюю роль в сделках играли личные контакты и связи. Глава нашей фирмы, Стефан Генрихович Ландау, был хорошим психологом. Хорошо зная русский язык, он на переговорах рассказывал анекдоты, сыпал шутками, чем в немалой степени разряжал напряженную обстановку.

В глазах многих представителей советских внешнеэкономических объединений мы были врагами, «капиталистами». Но в тоже время после переговоров наша сторона приглашала советских партнеров в ресторан гостиницы «Националь». В Москве это был один из немногих роскошных отелей мирового класса с лепниной, мозаичными полами и витражами. Подобное приглашение считалось одним из негласных пунктов контракта. Советские специалисты рассматривали ужин в ресторане как дополнительное вознаграждение, своего рода премию.

«ПО-ПРЕЖНЕМУ ДОМИНИРУЕТ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР»

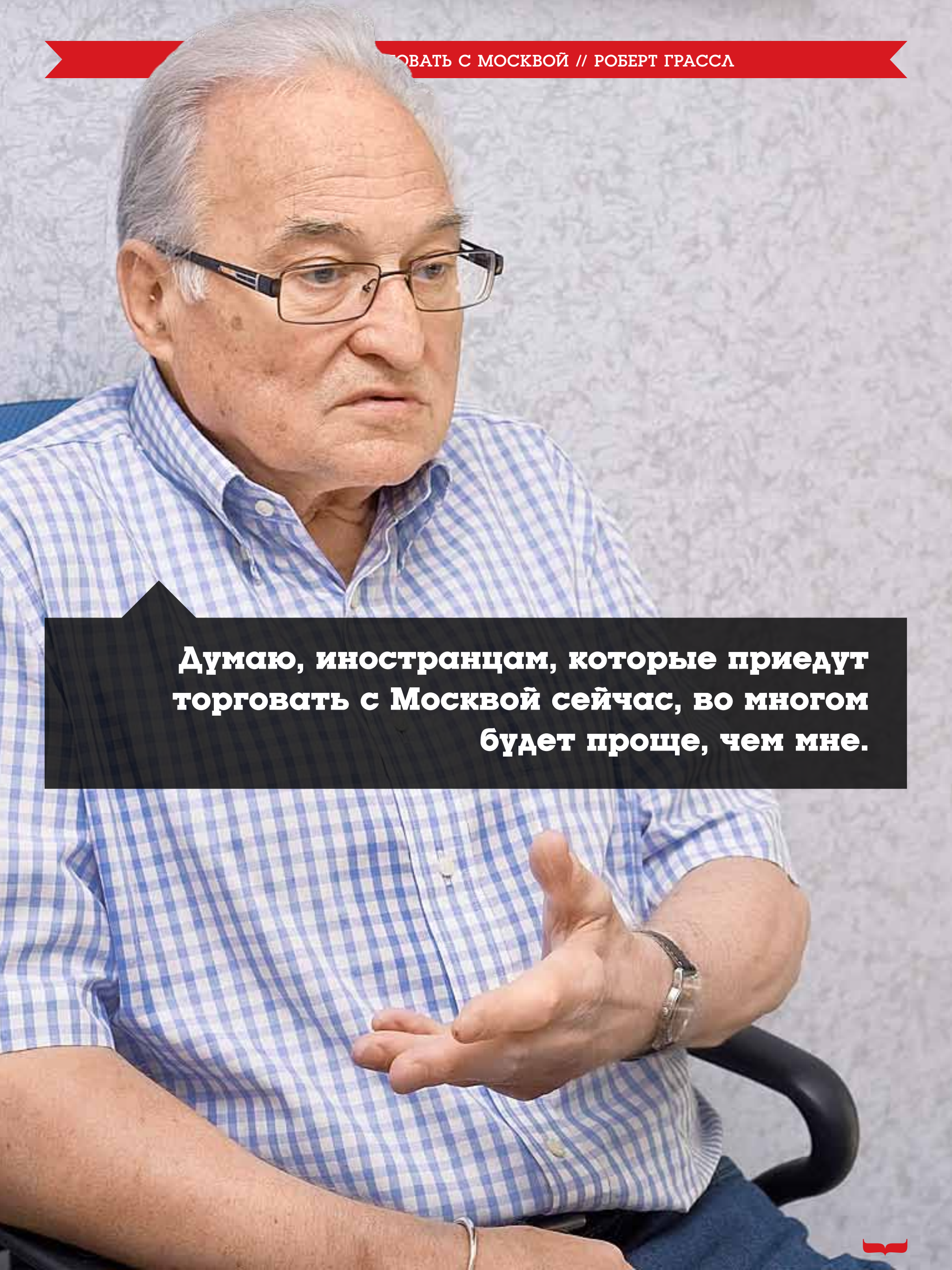
В 1987 году началась перестройка. Сперва мы все ликовали, потом топор под названием «перестройка» обухом ударил по всем посредническим иностранным торговым фирмам, работавшим в Москве.

Советские предприятия получили право самостоятельно выходить на внешний рынок. Некоторые из них и раньше имели контакты с западными покупателями или поставщиками, однако почти всегда эти контакты осуществлялись при участии внешнеторговых объединений и отраслевых министерств.

Клиентов здесь найти несложно. Желающих полно, только не у всех есть деньги.

С большой энергией и энтузиазмом новоявленные коммерсанты принялись учиться предпринимательству и рыночной культуре. И вскоре преуспели.

Компании, представляющие телевизионные каналы, стали сами ездить в ту же Финляндию и закупать всевозможное оборудование



Думаю, иностранцам, которые приедут торговать с Москвой сейчас, во многом будет проще, чем мне.

и запчасти, на которых мы когда-то неплохо зарабатывали.

Мы снимали офис в гостинице «Международная». Но цена аренды росла как на дрожжах, а наши обороты падали, и нам пришлось переехать сначала на Кутузовский проспект, а потом в район ВДНХ.

Всего в фирме сейчас работает 15 человек, в Москве я один.

Современный российский рынок достаточно насыщенный, работать нелегко. Как и в перестроечные годы, в Москву сейчас выгоднее всего поставлять продовольственные товары. Что касается промышленного оборудования, конкуренция сильно обострилась из-за Китая. Оборудование может быть не очень хорошего качества, но определяющую роль играют невысокие цены. Российские текстильные фабрики сейчас работают сплошь на китайском оборудовании. А то, что эти станки без конца ломаются, мало кого волнует.

Наша фирма все больше занимается поставками театрального оборудования, от кукольного театра до большой драматической сцены и оперных театров. Механика и освещение сцены, видеопроекторы, звуковая техника, театральные люстры, мебель для театров... За посреднические услуги, в зависимости от оборудования и поставщика, берем себе от 5 до 10% от суммы контракта.

Но все время надо быть начеку. Конкуренты могут увести заказ прямо из-под носа. Я помню, как мы решили продать австрийское оборудование в МХТ. Повезли технического директора театра в Австрию, на производство. Он все посмотрел, сфотографировал. Пока он собирал деньги, подсуетились наши конкуренты. Одна из российских посреднических контор в Санкт-Петербурге выступила со своим предложением и перехватила у нас часть заказа. Но всю механику для театра поставила наша фирма.

В столичный театр, чтобы посмотреть машинный зал, приезжают коллеги из театров со всей страны. Все чисто, блестит, бесшумно крутится.

Хочется заметить, что во многих сделках в Москве, по-прежнему, доминирует так называемый человеческий фактор. Вы можете получить выгодный контракт, если у вас есть полезные знакомства. Например, глава нашей фирмы, Стефан Ландау, дружит с директором московского театра Олегом Табаковым. Договор на поставки оборудования для нового здания «Табакерки» на Каширском шоссе господин Ландау уже зарезервировал за нашей фирмой.

Но иностранцу, работающему в Москве, надо учитывать, что не все сделки могут оказаться удачными. Например, у нашей фирмы была возможность поставить в Сургут оборудование для концертного зала. Я ездил

в этот город на краю света раз двадцать. Но сделка, к сожалению, не состоялась. Фундамент здания, в которое мы собирались поставить оборудование, из-за суровых климатических условий, «поплыл», стал разрушаться. Пришлось строить новый корпус. Мы в новом проекте уже не участвовали, начинать с нуля нам было невыгодно. Сработали себе в убыток. Сейчас мы пытаемся получить от российской стороны те деньги, что пошли на разработку проекта. А ведь вторая сторона – отнюдь не бедная организация, «Сургутнефтегаз». В этом краю что не болото, то нефть. Мы разработали проект, потратили деньги, передали всю документацию, ее приняли. И ничего не получилось. А все потому, что один высокопоставленный сургутский чиновник обмолвился, что в проекте ему что-то не понравилось. В суд подавать бессмысленно. Это большая волокита, да и особых денег там не выиграешь.

Сейчас мы, как говорится, стреляные воробьи. В контракте оговариваем, что первая поставка оборудования или запчастей оплачивается в тот момент, когда товар пересекает границу.

В Москву сейчас выгоднее всего поставлять продовольственные товары.

«Я ЧАСТО СЛЫШУ: «ПРИВЕЗИ И ПОДАРИ»

Что еще удивляет, так это особенности торгов в России. На Западе такого нет. Мы участвовали в тендере на поставку оборудования в один из крупных театров. Казалось бы, наше предложение было самым выгодным. Фирма, которую мы представляли, предложила и отличное качество, и достаточно низкие цены. В результате купили у тех, кто предложил самые высокие, заоблачные цены. Почему? Догадайтесь сами. Одно из самых популярных слов сегодня в России – «откат». Нередко складывается ситуация, что фирмы должны кому-то заплатить, кого-то одарить, чтобы их допустили к конкурсу или торгам. Возникают трудности и с российской таможней, даже если все документы правильно оформлены.

Бывает поставка деталей на смехотворную сумму, всего-то 35 тысяч евро. А таможня выставляет нелепые требования: каждую мельчайшую деталь надо сертифицировать, описать, сделать фотографии. И все это приложить к документации о поставке. Наш шеф в Вене в ужасе хватается за голову! Приходится бегать с фотоаппаратом вокруг стола и фотографировать запчасти размером с монету. А ведь это все влечет дополнительные расходы.

Помню, мы поставляли лебедки для одного из залов заседаний в госучреждении. Для каждого экземпляра требовался отдельный сертификат с условиями их испытаний. Объект модернизировали и сдали четыре года назад, а недавно пустили под бульдозер, деньги буквально зарыли в землю. Это очень по-русски.

Клиентов здесь найти несложно. Желающих полно, только не у всех есть деньги. Я часто слышу слово «подари». Например, в Казани директор консерватории и ответственные работники министерства культуры говорили мне: «Привези нам магнитофон «Штудер». Я поинтересовался: «Привезу я вам его и что?» «Ты нам его подаришь, мы поставим магнитофон на сцену, на самое видное место и будем таким образом рекламировать фирму, которая его изготовила». В России ру-

ководители наивно верят в подобную силу рекламы. Мол, российские зрители увидят на сцене магнитофон и тут же захотят купить подобную вещь. А он, между прочим, стоит немалых денег.

Психология людей меняется медленно. В советские времена многое россиянам сваливалось задаром сверху, так и сейчас они ждут манны небесной.

Думаю, иностранцам, которые приедут торговать с Москвой сейчас, во многом будет проще, чем мне. Мой опыт работы в этой стране порой тянет меня ко дну. Я знаю слишком много нюансов, рисков, слишком много думаю о том, кто и где мне может поставить подножку.

А свежий поставщик будет еще в розовых очках, пойдет, не опасаясь, напролом, и преуспеет больше, чем я. Москва, Россия – рынок большой и интересный. И, несомненно, стоит сюда приехать, чтобы заработать и набраться нового бизнес-опыта. ■

Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com

Открытый мир

*Основанный **Мариной Колесник** онлайновый сервис бронирования отелей **Oktogo.ru** позволяет москвичам и жителям других регионов путешествовать по всей планете совершенно самостоятельно*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ | ФОТО: OKTOGO.RU

Лауреат премии журнала National Geographic Traveler 2012 года в номинации «Лучший интернет-проект», компания ***Oktogo.ru*** *работает в сегменте независимых путешествий, альтернативном пакетному туризму, и ежемесячная аудитория сайта уже достигла миллиона человек.*

Марина Колесник – известный менеджер на рынке интернет-технологий. Училась в США, была одним из создателей Mail.ru – занимала там позицию CFO. Получив диплом MBA в Гарварде, работала в McKinsey, потом в компании софтверного аутсорсинга DataArt.com возглавила разработку ПО для ведущих европейских и американских туристических компаний. В 2010 году вместе с двумя коллегами из DataArt.com основала компанию Oktogo.ru.

– Мы поставили перед собой цель обеспечить российским путешественникам максимальные удобства, *– говорит Марина.* ***– Наша базовая услуга – бронирование отелей. На сайте Oktogo.ru можно зарезервировать номер в более чем 5000 российских отелей и почти в 250 тыс. отелей, миниотелей, апарт-отелей и хостелов по всему миру. Причем указания данных своей кредитной карты не требуется, что важно для российских клиентов. На первых порах мы были онлайновым игроком на офлайновом рынке, ведь более 85% российских путешественников расплачиваются в офлайне. Мы не просто предложили офлайновые платежи и офлайновую поддержку, но и создали офлайновую сеть дистрибьюторов, установив партнерские отношения с такими компаниями как «Связной», РЖД, охватив десятки российских городов, создав 4000 пунктов розничных продаж.***

В 2011-м сайт был запущен. Тогда в компании работали

20 человек. Целый год ушел на тестирование и доработку продукта, а также апробацию различных маркетинговых каналов, в частности Yandex и Google. В 2012-м бизнес быстро рос, и персонал расширился уже до 100 человек.

Первоначальные инвестиции принадлежали самой Марине Колесник. Но инновационный проект быстро привлек и сторонних инвесторов. Фабрис Гринда и Хосе Мартин, известные международные предприниматели и бизнес-ангелы интернет-стартапов, встретились с Мариной в Нью-Йорке, выслушали ее идеи, ознакомились с рыночными данными и присоединились к проекту. Позднее финансирование предоставили и другие инвесторы, а также ряд венчурных фондов.

– Фабрис дал мне и моей команде немало дельных советов на всех стадиях реализации проекта, по самым разным его аспектам – от развития продукта до формирования маркетинговой команды и финансового планирования, *– говорит Марина.*

К концу текущего года планируется выход на операционную прибыль. А в марте американский деловой журнал Fast Company назвал Oktogo.ru самым инновационным российским бизнес-проектом. ■

Интервью с инвестором проекта Oktogo.ru Фабрисом Гринда

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

... о Фабрисе Гринда

Ангел Интернета

*Француз **Фабрис Гринда** профинансировал компанию **Oktogo.ru** на посевной стадии и уже собирается пожинать первые плоды*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ | ФОТО: OKTOGO.RU

Известный международный бизнес-ангел принимает решение о предоставлении инвестиций, исходя из ответов на четыре главных вопроса, и в случае стартапа Oktogo.ru все четыре ответа были положительными.

– Почему вы поддержали российский проект Oktogo.ru?

– Я вкладываю средства в путешествия, электронную коммерцию и торговые площадки. Oktogo.ru – онлайновый сервис по бронированию отелей, и в нем соединились сразу все три направления моих инвестиций.

– На что вы обычно обращаете внимание в первую очередь, когда вам предлагают объект для инвестиций?

– Я принимаю решение о финансировании, исходя из ответов на четыре вопроса.

1. Нравится ли мне команда?
2. Нравится ли мне продукт?
3. Нравится ли мне этот бизнес и отвечает ли он моим девяти критериям выбора бизнеса?
4. Нравятся ли мне условия сделки?

– А что это за девять критериев, которые вы упомянули?

– Они описаны у меня на сайте:

Если вкратце, то это объем рынка (не менее $1 млрд), жизнеспособная бизнес-модель, не более $2 млн инвестиций на посевной стадии, шанс стать топовым игроком (хотя бы на региональном уровне), масштабируемость бизнеса, независимость от посредников или поставщиков, бизнес на быстро растущем рынке. Ну и субъективные факторы: я должен сам разбираться в этом бизнесе, и он должен мне нравиться!

– Какими суммами вы оперируете? Это прямые инвестиции, выкуп акций или что-то другое?

– Обычно я выделяю от $50 тыс. до $100 тыс. в качестве первого транша и предоставляю общее финансирование в размере от $500 тыс. до $1 млн. Я инвестирую непосредственно в компанию в обмен на долю в бизнесе.

– Почему вы уверены в успехе стартапа Oktogo.ru?

– В западных странах рынок онлайнового бронирования номеров в отелях огромен. Логично предполо-

жить, что этот рынок станет столь же огромным и в России.

– Когда ожидаете возврата инвестиций?

– При ангельском инвестировании совершенно непонятно, когда ты получишь результат. Это настолько рискованное дело, что лучше сразу забыть о деньгах, которые ты отдал. Время возврата варьируется в самом широком диапазоне. Я получал отдачу и через полгода, и через девять лет. Обычно требуется 5-6 лет.

– Почему вы выбрали Россию для своих инвестиций?

– Россия – крупнейший интернет-рынок в Европе по количеству веб-пользователей. Годовой оборот российского рынка электронной коммерции уже достиг $10 млрд и продолжает быстро расти.

– А как насчет инвестиционной атмосферы?

– В России создана вполне крепкая экосистема взаимодействия с инвесторами на всех стадиях развития стартапа – от посевной до потенциального выхода через продажу компании или проведения IPO.

– Что, по-вашему, отличает российские инвестиционные проекты от западных? Есть какая-то специфика?

– В России есть своя специфика в логистике и платежах, связанная с недостаточной эффективностью системы доставки заказов и низким уровнем распространения кредитных карт, но в остальном особых отличий от западных стран нет. Идеи, которые работают во всем мире, работают и у вас.

– Как развивается Oktogo.ru? Какие возникали трудности?

– Компания растет быстро и в 2013 году заработает десятки миллионов долларов. Однако все было далеко

В западных странах рынок онлайнового бронирования номеров в отелях огромен. Логично предположить, что этот рынок станет столь же огромным и в России.

не просто. Несколько раз возникали финансовые трудности, нам приходилось оптимизировать структуру расходов, чтобы выжить. Кроме того, недавно мы потеряли часть денег из-за кризиса на Кипре.

– В чем выражается ваше непосредственное участие в развитии стартапа?

связанным с развитием продукта или стратегии.

– Бывает так, что вы в чем-то не согласны с руководителями финансируемых вами проектов? Как вы достигаете консенсуса?

– Такие ситуация возникают достаточно редко, поскольку я рассматриваю себя исключительно как со-

В России создана вполне крепкая экосистема взаимодействия с инвесторами на всех стадиях развития стартапа — от посевной до потенциального выхода через продажу компании или проведения IPO.

Часто общаетесь с Мариной Колесник?

– Я начал с того, что помог компании скорректировать концепцию и привлечь посевные инвестиции. Кроме того, я давал советы по самому продукту и общей стратегии. После того как венчурные инвестиции были привлечены, я свел свое вмешательство до минимума (что нормально) и только временами помогаю, когда Марина обращается ко мне за советом, обычно по вопросам,

ветника, чья роль состоит в том, чтобы поддерживать основателей бизнеса в любом их решении по развитию компании. Одна из моих компаний продавала платья для невест, свадебные аксессуары, а потом вдруг перешла на торговлю яхтами. Мне показалось это странным, но поддержал их решение. Я вовлечен в дела стартапа ровно настолько, насколько в этом нуждаются его основатели. Если им нужна помощь, я ее предоставляю. Если не нужна, отхожу в сторону.

– Вы упомянули о недостаточной развитости российской инфраструктуры электронной коммерции – с точки зрения организации доставки заказов и онлайновых платежей. Как решать эту проблему?

– Подозреваю, что скоро будет создана целая серия бизнесов, занимающихся вопросами инфраструктуры и платежей. Готов поспорить, что кто-нибудь в России запустит аналог GSI Commerce.

– А иностранные инвестиции пойдут в такие бизнесы?

– Пока российский Интернет будет оставаться таким же нерегулируемым, как сейчас, Россия будет привлекать иностранный капитал и иностранных игроков в этот сектор рынка. Компании, подобные Tiger

Global, Naspers и др., вполне успешны в России.

– Какие российские проекты наиболее перспективны для западных инвесторов?

– Поскольку российский рынок пока отстает по уровню развития от американского, то открывается множество возможностей по копированию бизнес-идей, успешно реализованных в США, и их переносу на российскую почву. Наибольшие инвестиционные перспективы я вижу в адаптации американских проектов – это снижает риски.

– Что бы вы посоветовали тем запа дным инвесторам, которые хотят вложить средства в российские проекты? В чем разница между инвестиционной практикой на Западе и в России?

– Инвестируйте в то, в чем разбираетесь. Разница между инвестиционной практикой в России и на Западе в том, что в России инвесторы обычно оказывают поддержку гораздо более опытным людям, чем на Западе, тем, кто способен преодолеть все сложности, присущие этой стране. В США многим стартаперам по 25 лет, и в бизнес-школах они не учились. В России западные инвесторы предпочитают иметь дело с предпринимателями постарше, с управленческим опытом, зачастую с дипломами MBA Стэнфорда и Гарварда. А остальное все то же самое. ■

Я вовлечен в дела стартапа ровно настолько, насколько в этом нуждаются его основатели.

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

Из России — с деньгами

О самых заметных сделках российского IT-рынка, в которых приняли участие иностранные инвесторы в начале 2013 года, рассказывает главный редактор международного онлайнового издания East-West Digital News ***Адриан Хенни***

ТЕКСТ: АДРИАН ХЕННИ | ФОТО: EWDN.COM

В прошлом году объем российского рынка венчурных инвестиций приблизился к $1 млрд, и зарубежные инвесторы продолжают вкладывать средства в Россию. Судя по тому, что только в IT-секторе с начала 2013 года было закрыто несколько крупных сделок, к 1 июня российские компании уже получили десятки миллионов долларов. К этому следует добавить $212 млн, поступившие после IPO на NASDAQ российской платежной системы Qiwi.

В марте базирующийся в Москве интернет-сервис бронирования номеров в отелях Ostrovok.ru завершил четвертый раунд финансирования, получив $25 млн от General Catalyst Partners и Accel Partners, а также группы американских бизнес-ангелов и нескольких российских инвесторов, подключившихся к проекту.

Конкурирующий с Ostrovok.ru сервис Oktogo.ru почти в то же самое время также завершил четвертый раунд финансирования и привлек $11 млн от группы российских и западных инвесторов. Среди последних – люксембургская компания Mangrove Capital Partners и французская Ventech.

В том же месяце Kima Ventures – фонд, основанный известными французскими IT-предпринимателями Джереми Берреби и Ксавьером Нилом – объединился с бизнес-ангелами Фабрисом Гринда, Жозе Марином и Александром Айвазовым, чтобы вложить несколько сотен тысяч долларов в проект Martmania.ru. Новосибирский стартап Martmania занимается торговлей «интересными и необычными вещами», следуя дорогой, проложенной американскими проектами Bonanza и Etsy, а также европейской DaWanda.

В марте же произошло слияние лидеров рынка онлайновых рекламных объявлений Avito.ru, Slando.ru и OLX.ru. Данное событие резко повысило вероятность того, что рыночная капитализация объединенной компании может достигнуть $1 млрд, на что так рассчитывают ее акционеры. Среди инвесторов Avito.ru три скандинавских фонда, Kinnevik, Vostok Nafta, Northzone Ventures, а также российский Baring Vostok Private Equity и американский Accel Partners. Slando.ru и OLX.ru принадлежат южноафриканскому холдингу

Naspers, который также владеет пакетом акций Mail.Ru Group, ведущей российской группы интернет-компаний.

На корпоративном фронте в начале этого года американский гигант Cisco инвестировал неразглашаемую сумму в Parallels, базирующуюся в России компанию, являющуюся глобальным поставщиком решений в области виртуализации хостинговых услуг.

Также продолжаются российские инвестиции за рубежом, чему примером состоявшиеся в мае вливание Mail.Ru Group $1,5 млн в израильского разработчика визуальных поисковиков компанию Cortica, а также инвестиция в калифорнийскую компанию Swivl на сумму $500 тыс. Grishin Robotics, международного венчурного фонда, основанного CEO Mail.Ru Group Дмитрием Гришиным.

В апреле два других российских фонда, Almaz Capital и Runa Capital, совместно профинансировали запуск Global Technology Fondation (первого украинского фонда, посвященного IT), а российские бизнес-ангелы Леонид Глузман и Леонид Волков вложили неразглашаемую сумму в финский стартап Walkbase.

В том же месяце TMT Investments, российский фонд, чьи акции торгуются на LSE, объявил об инвестировании $350 тыс. в американский стартап Graphicly, занимающийся электронными изданиями.

Ранее фонд Runa Capital возглавил международный пул инвесторов, профинансировавший израильского поставщика решений Cellrox и голландского поставщика облачных решений BackupAgent. Bright Capital, в свою очередь, профинансировал немецкого онлайнового торговца вином Wine in Black.

Более того, немецкая пресса обнаружила, что DST – крупный российский интернет-фонд, поддержавший ряд американских стартапов, в том числе Facebook, – вложил с 2009 года не менее $315 млн в Rocket Internet, известного немецкого бизнес-инкубатора.

Кроме того, ведущая российская платежная система Qiwi объявила о своей готовности финансировать те стартапы – как российские, так и зарубежные, – которые разрабатывают решения для операторов платежей. Компания привлекла около $212 млн в результате своего выхода на NASDAQ в мае.

Также стоит отметить недавний запуск госкорпорацией Ростехнологии инвестиционного IT-фонда «РТ-Инвест Глобальный Технологический I». Этот фонд создан для того, чтобы финансировать на поздней стадии стартапы в России и СНГ, но он открыт и для международных проектов.

Инвестиционные сделки с участием иностранного капитала в российском IT-секторе

(данные на 1 июня 2013 года)

Компания	Сектор	Инвестор
Parallels	ПО	Cisco
Avito.ru, OLX.ru, Slando.ru	Онлайновые объявления	Kinnevik, Vostok Nafta, Northzone Ventures, Accel Partners, Naspers + Russian fund
Ostrovok.ru	Онлайновый ту-ризм	General Catalyst Partners, Accel Partners, международные бизнес-ангелы + российские бизнес-ангелы
Oktogo.ru	Онлайновый туризм	Mangrove Capital Partners, Ventech + российский инвестор
Martmania.ru	Онлайновый ритейл	Kima Ventures, международные бизнес-ангелы + российские бизнес-ангелы
Yaklass	Электронное обучение	Data Pro Group (Latvia) + российские инвесторы
Qiwi	Электронные платежи	NASDAQ

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

Благодатная почва

Столичному рынку услуг предстоит кардинальная реструктуризация, которая откроет широкие перспективы для западных предпринимателей

ТЕКСТ: АЛЕКСЕЙ ТИХОНОВ | ФОТО: АРТУР ПОПОВ

Рынок услуг в Москве в последние годы расширился, но по объему еще сильно отстает от уровня развитых стран и сохраняет огромный потенциал для роста, чем могут воспользоваться западные представители малого и среднего бизнеса.

БЕГ НА МЕСТЕ

Как показывают маркетинговые исследования, предложение на московском рынке услуг по сравнению с западными рынками остается крайне ограниченным. Главные тому причины – неразвитость соответствующего бизнеса, недостаток опыта российских предпринимателей и социально-демографическая структура спроса в российской столице.

По экономической статистике потребительские расходы москвичей достигают 4 трлн рублей в год ($120 млрд). На оплату рыночных услуг тратится 31% всех потребительских расходов москвичей, что в два раза ниже показателя, характерного для развитых индустриальных стран. Конечно, в 2000 году общая картина выглядела еще хуже – на услуги москвичи тратили лишь 17% своего потребительского бюджета. Однако нынешний уровень расходов на услуги был достигнут в 2005 году, и с той поры этот показатель увеличился весьма незначительно.

Налицо настоящая стагнация. Разумеется, сыграл свою роль глобальный кризис 2008 года. Но дело еще и в отсутствии устойчивой традиции потребления услуг, сложившейся на Западе, и в специфике российской потребительской культуры. Ситуация меняется, но крайне медленно, потому что на рынке нет коммерческих предложений, стимулирующих развитие спроса. Такие предложения могли бы поступить от западных предпринимателей, имеющих перед россиянами конкурентные преимущества просто за счет того, что они формировались в более развитой бизнес-среде.

НА ОПЛАТУ РЫНОЧНЫХ УСЛУГ ТРАТИТСЯ 31% ВСЕХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ МОСКВИЧЕЙ, ЧТО В ДВА РАЗА НИЖЕ ПОКАЗАТЕЛЯ, ХАРАКТЕРНОГО ДЛЯ РАЗВИТЫХ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ СТРАН.

ЛОВУШКА МОСКОВСКОГО СРЕДНЕГО КЛАССА

Главный тренд последних лет в Москве – формирование так называемого среднего класса. Квалифицирующий признак этого класса – определенный уровень доходов. Рост доходов действительно наблюдался. Предполагалось, что это неизбежно приведет к росту спроса на качественные услуги в масштабе всей столичной экономики. В реальности такие ожидания оправдались лишь частично.

То есть средний класс в Москве вроде бы сформировался, но это не привело к взрывному росту спроса на качественные услуги по западным образцам. Прежде всего потому, что при прогнозировании были проигнорированы другие важные факторы. А именно то, что определяет характер спроса на услуги. Ведь спрос определяется не только доходами, но и социальной функциональностью услуг, то есть, в конечном счете, культурой потребления. А эта культура пока даже в российской столице (не говоря уже о глубинке) сильно отличается от западной.

А в Москве есть еще и своя специфика. Новый московский средний класс образовался из представителей «новой экономики» столицы. Его костяк составили участники торгового бизнеса (продавцы и менеджеры по продажам), агенты по продаже недвижимости, охранники офисов, водители и прочая многочисленная обслуга московского крупного бизнеса и просто богатых клиентов. Все такие работники получают более высокие доходы по сравнению

с другими категориями платежеспособных жителей России.

На характере столичного потребления услуг сказывается и гендерный фактор. В основных социально-активных группах московского населения (которые прежде всего предъявляют спрос на рынке услуг) доминируют мужчины. Это связано с характером жизни и работы в столице.

В интервью российской газете «Коммерсант» в декабре 2012 года глава столичного департамента культуры Сергей Капков, ссылаясь на результаты социологического обследования, описал «культурную матрицу» типичного московского потребителя. Основная форма проведения досуга у среднего класса Москвы – бани, кальянные и караоке-бары.

Почти две трети москвичей в ответах на вопросы социологов утверждали, что ведут «культурный образ жизни», но при этом 40% никогда не были в театрах, а более половины – в музеях. Эта культурная матрица и объясняет стагнацию рынка услуг – качественные услуги западного образца не востребованы и отсутствуют в списке приоритетов многих вполне преуспевающих жителей столицы.

ЛОКОМОТИВ РОСТА НА СТОЛИЧНОМ РЫНКЕ УСЛУГ — СЕКТОР ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.

Локомотив роста на столичном рынке услуг – сектор общественного питания. Социологическое исследование московских домохозяйств показало, что доля расходов на домашнее питание в семейном бюджете сократилась с 2000 по 2012 годы в два раза (с 40 до 20%). А расходы на общественное питание увеличилась в тот же период с 1% до 5,5% семейного бюджета. При любом

КУЛЬТУРНУЮ МАТРИЦУ НАДО ЛОМАТЬ. КАК? В ТОМ ЧИСЛЕ ЗА СЧЕТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗАПАДНЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА.

тренде развития общепит останется наиболее перспективным сектором для инвестиций и предпринимательских инициатив, в том числе зарубежных. В Москве практически нет небольших уютных ресторанов с качественной кухней и высокопрофессиональными работниками. Большая часть столичного общепита контролируется сетевым бизнесом и франшизами.

ПЕРЕСТРОЙКА ЭКОНОМИКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ СЕКТОРА УСЛУГ

Столичные власти определяют сложившуюся матрицу потребления как «мутацию» и намерены серьезно изменить ситуацию. Это возможно лишь при активной политике на рынке труда – за счет развития новых секторов экономики и изменения системы оплаты труда в бюджетной сфере.

Культурную матрицу надо ломать. Как? В том числе за счет привлечения западных представителей малого и среднего бизнеса, носителей другой культуры потребления, способных выйти на столичный рынок услуг с такими коммерческими предложениями, которые стимулируют спрос и дадут развитию столичной потребительской культуры импульс в нужном направлении.

Столичный рынок услуг стоит на пороге кардинальной реструктуризации. В Москве уже начинают распространяться новые индивидуальные формы обслуживания, ориентированные на относительно небольшие, но лояльные потребительские группы, объединенные по профессиональным и демографическим принципам. Радикально

ЧТО ТАКОЕ КАЛЬЯННЫЕ?

повысится уровень требований к качеству предоставляемых услуг, что резко усилит значимость для рынка услуг представителей малого и среднего бизнеса – ведь обеспечить индивидуальный подход к клиенту при масштабировании невозможно. И самое главное, в случае реализации этого сценария следует ожидать взрывных темпов роста новых секторов рынка услуг в столице. На рынке откроется огромное пространство для новых игроков, и западные предприниматели смогут легко на него выйти, чтобы воспользоваться своими неоспоримыми конкурентными преимуществами. ■

Присоединяйтесь
к обсуждению статьи
на facebook.com

С новосельем!

О том, как арендовать офис в Москве без лишних проблем и неприятных неожиданностей, рассказывает руководитель отдела развития компании Realty Guide ***Роман Нахаев***

ТЕКСТ: РОМАН НАХАЕВ

Чаще всего, чтобы взять в аренду офис в Москве, предприниматель (неважно резидент или нерезидент РФ) обращается в риелторские агентства. Можно, конечно, и самостоятельно вести поиски офисного помещения на онлайновой доске объявлений или в печатных изданиях, где публикуется информация об аренде офисных помещений. Проблема в том, что информация в таких изданиях и на подобных интернет-площадках, как правило, не проверяется редакторами и модераторами. И, скорее всего, вы все равно наткнетесь на риелтора, которые обычно и публикуют все эти объявления. Ведь онлайновые доски объявлений и печатные газеты бесплатной реклама – самый простой и доступный канал привлечения клиентов.

Если при подборе помещения вы воспользуетесь услугами риелторов, придется оплатить их услуги. Стоимость обычно зависит от размера арендной платы и составляет от 50% до 100% от месячной арендной платы. В случае крупных компаний это нередко выливается в несколько десятков тысяч долларов. Как правило, оплата происходит по факту подписания договора аренды.

ЗА ЧТО ПЛАТЯТ РИЕЛТОРАМ?

1. Непосредственно подбор помещения по заданным параметрам. Для этого выявляют потребности заказчика, проводится анализ рынка, предоставляется информация о подходящих вариантах.
2. Риелтор представляет интересы клиента на переговорах, оказывает помощь в согласовании наиболее выгодных коммерческих условий сделки, таких как понижение арендной платы, предоставление арендных каникул на время переезда и подготовки помещения к работе.

На первый взгляд, все вполне логично, но не стоит забывать о том, что вознаграждение риелтора зависит от суммы месячного арендного платежа, то есть чем дороже аренда, тем выше комиссия агентства. То же и с арендными каникулами: чем они меньше, тем быстрее риелтор получит

ОНЛАЙНОВЫЕ ДОСКИ ОБЪЯВЛЕНИЙ И ПЕЧАТНЫЕ ГАЗЕТЫ БЕСПЛАТНОЙ РЕКЛАМА – САМЫЙ ПРОСТОЙ И ДОСТУПНЫЙ КАНАЛ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ.

вознаграждение. Поэтому не факт, что вопрос с арендными каникулами, а также с возможным понижением арендной ставки, будет решаться в вашу пользу.

Надо отметить, что это не исключительная особенность российского рынка. На Западе тоже такое случается. В западных риелторских агентствах, действующих на российском рынке, как правило, есть отделы по работе с арендаторами и по работе с собственниками. Часто бывает, что в одной сделке агентство представляет интересы собственника и арендатора, одновременно получая комиссию с обеих сторон. Естественно, для руководства компании такие сделки наиболее выгодны. А интересы арендатора отходят на второй план.

Нередко в стоимость комиссии входит юридическое сопровождение сделки. Несомненно, это очень удобно, но не стоит забывать, что основная задача риелторов – как можно быстрее завершить сделку, причем с минимальными трудозатратами. Поэтому, если вы решили работать с риелтором, то лучше обращаться за помощью либо к вашему штатному юристу, либо в консалтинговые компании, специализирующиеся на предоставлении юридических услуг. Оплата услуг по сделке составляет от $200, в зависимости от квалификации юриста.

Что самое главное при подборе офисного помещения? Наверное, все же цена – особенно для представителей малого и среднего бизнеса, в том числе для иностранных предпринимателей данной категории, открывших свое дело в Москве. Стоимость аренды квадратного метра офисной недвижимости зависит от класса бизнес-центра и его местоположения. В Москве бизнес-центры подразделяются на три класса: A, B, C. Бизнес-центры класса «A» – это наиболее дорогие объекты,

В МОСКВЕ БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ ПОДРАЗДЕЛЯЮТСЯ НА ТРИ КЛАССА: A, B, C.

оснащенные современными инженерными системами, подземной парковкой и расположенные в наиболее престижных районах столицы. Стоимость аренды – от $800 до $1500 кв. м. в год, в зависимости от местоположения.

Бизнес-центры класса «В» – более бюджетный вариант. Они могут располагаться и довольно далеко от центра города. В основном это реконструированные советские производственные и административные здания постройки 1960-80 гг. Стоимость аренды – от $500 до 750 кв.м / год, в зависимости от конкретных особенностей.

Самый экономичный вариант – класс «С». Это удаленные от центра советские административные здания 1960-80 гг., приспособленные под офисные помещения. Зачастую фасад и вестибюль со времен строительства не реконструировались, а проводился только косметический ремонт. В помещениях нет приточно-вытяжной вентиляции и кондиционирования. Стоимость аренды – от $250 кв. м. в год.

За функционирование инфраструктуры отвечает управляющая организация, занимающаяся эксплуатацией здания. Качество эксплуатации здания можно оценить по состоянию зон общего пользования, прилегающей территории и отзывам арендаторов.

После того как вы подобрали себе помещение, наиболее соответствующее вашим возможностям и задачам, составляется и подписывается договор аренды. Арендатор предоставляет копии правоустанавливающих документов на компанию. Чаще всего это:

– устав,

– свидетельство о государственной регистрации,

– протокол о назначении руководителя,

– приказ о вступлении в должность руководителя и назначении главного бухгалтера,

– паспорта руководителя, главного бухгалтера, учредителей,

– свидетельство Министерства Российской Федерации по налогам и сборам о постановке на учет в налоговом органе юридического лица.

У собственника помещения нужно запросить правоустанавливающие документы на управляющую компанию и копию свидетельства регистрации прав собственности на объект недвижимости. Также желательно заказать

КАЧЕСТВО ЭКСПЛУАТАЦИИ ЗДАНИЯ МОЖНО ОЦЕНИТЬ ПО СОСТОЯНИЮ ЗОН ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ.

ЧТОБЫ МАКСИМАЛЬНО ЗАЩИТИТЬ СЕБЯ ОТ НЕПРИЯТНЫХ НЕОЖИДАННОСТЕЙ, ЛУЧШЕ ВСЕГО ОБРАТИТЬСЯ К ЮРИСТУ.

выписку из единого государственного реестра прав на недвижимое имущество. Выписка заказывается в регистрационной палате, для чего необходимо представить кадастровый номер объекта, который указан в свидетельстве. Данный документ позволяет удостовериться в том, что на недвижимость не наложены аресты и обременения, запрещающие передачу прав аренды.

Существует два типа договоров: краткосрочный – сроком менее года, и долгосрочный – сроком от года и более. Долгосрочный договор подлежит обязательной регистрации и считается заключенным только с момента регистрации.

Отношения с арендатора с арендодателем регулируются договором аренды. Как и во всяком коммерческом договоре, в нем есть свои тонкости, которые могут превратиться в подводные камни для неискушенного в данном вопросе предпринимателя, тем более иностранца. Чтобы максимально защитить себя от неприятных неожиданностей, лучше всего обратиться к юристу. В договоре обязательно должно быть указано следующее:

– адрес сдаваемого в аренду помещения, его площадь, условный номер,
– стоимость аренды и порядок платежей,
– порядок и сроки передачи помещения арендатору,
– ответственность сторон,
– условия расторжения договора,
– форс-мажорные обстоятельства.

К приложению договора прикрепляется план сдаваемого в аренду помещения.

Не исключена вероятность того, что после подписания договора аренды и оплаты услуг риелтора (если он сделку готовит), вы так и не сможете переехать в свой новый офис. Почему? Так может произойти, если по какой-то причине не будет подписан акт приема-передачи помещения, который является приложением договора аренды. Именно он дает вам право пользования помещением. Поэтому обязательно настаивайте, чтобы оплата производилась только после подписания акта приема-передачи помещения. ■

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

...о компании «Мэйнстрим»

Перевод на русский

*Генеральный директор компании «Мэйнстрим» **Елена Годунова** рекомендует все проблемы с российскими кадрами решать при помощи местных специалистов*

ТЕКСТ: ИГОРЬ ИВАНОВ | ФОТО: «МЭЙНСТРИМ»

При выходе на российский рынок у западных предпринимателей могут возникнуть неожиданные сложности с персоналом, причем далеко не всегда очевидные. Для того чтобы утвердить свои корпоративные ценности и привычные бизнес-стандарты необходимы специальные обучающие программы, и их разработку следует доверить российским специалистам.

mstream.ru

СИТУАЦИЯ

1

Западный ритейлер, торгующий одеждой, открыл магазины в Москве. При подборе обслуживающего персонала (продавцы, администраторы, консультанты) компания столкнулась с отсутствием у российских кандидатов необходимых навыков качественного сервиса. Российские продавцы, как правило, нацелены на продажи и количественные показатели. Качество сервиса далеко не в приоритете, и зачастую приобрести необходимые навыки российским торговым работникам просто негде.

РЕШЕНИЕ

персонала по ряду критериев, в частности: внешний вид, приветствие, качество ведения беседы, знание ассортимента и т. д. Все это фиксировалось в письменных отчетах. Аналогичную акцию провели и в одном из западных магазинов сети. После сравнения результатов и выявления проблемных зон был предложен комплекс обучающих мероприятий, который и составил «Программу доброжелательности».

В рамках программы в течение месяца московский персонал проходил обучение навыкам общения, деловому этикету, клиентоориентированности. Вскоре благодаря повышению уровня обслуживания клиент отметил рост оборота в своих московских магазинах. Анализ потребительских сайтов показал и увеличение количества положительных отзывов об обслуживании. Доказавшая свою эф-

СИТУАЦИЯ

2

Западная фармацевтическая компания поставила задачу своему российскому представительству провести клинические исследования нового лекарственного препарата. Выбрали одно из московских лечебных учреждений. Вроде бы замечательная исследовательская команда, западного монитора встречают как дорогого гостя, угощают чаем, кофе. Но... результаты оставляют желать лучшего. Нарушений – огромное количество. Протокол не соблюдается, CRF (база, куда переносятся данные из историй болезни, заполняется не полностью и т. п. Извиняются, обещают все исправить, но и к следующему визиту ничего не меняется.

РЕШЕНИЕ

ским HR-специалистам.

Проблемы, возникающие по ходу общения отдела клинических исследований с западным монитором и представителями клиники, были проанализированы. На основе полученной по различным каналам фактической информации сделали вывод о недостаточной организованности научной работы в лечебном учреждении и отсутствии четкого проектного управления со стороны отдела клинических исследований. Консультанты российской HR-компании разработали порядок проведения клинического исследования, включающий все особенности коммуникативного взаимодействия на этапах промежуточного и итогового контроля, с четким определением ответственных и сроков и результатов каждого.

Кроме того, была внедрена программа «Управление исследованиями», отражающая все стадии клинического испытания в российских условиях и включающая в себя практические занятия по наиболее типичным кейсам. Российские специалисты в течение полутора месяцев проводили серию групповых тренингов. Система контроля над работой исследовательской и научной команд была внедрена без каких бы то ни было осложнений, и результаты исследований стали достигаться в нужные сроки в соответствии с нормами и требованиями головной

СИТУАЦИЯ

3

Международное маркетинговое агентство, открывая московское представительство, сформировало персонал не только из местных кадров, но и из иностранных специалистов. Но в коллективе не сложилось взаимопонимание, возникали конфликтные ситуации, проекты оказывались под угрозой срыва, финансовые результаты не достигали планируемых показателей.

РЕШЕНИЕ

Российские сотрудники привыкли работать с достаточно низкой интенсивностью, пренебрегая производственными графиками, однако при возникновении цейтнота они резко ускоряются и готовы трудиться практически без перерывов и выходных. Западные специалисты воспитаны в иной производственной культуре: они выполняют работу методично в строгом соответствии с графиком.

Для преодоления проблем была применена тренинговая программа развития коллективной слаженности «Эффективное взаимодействие в команде» с акцентом на сглаживании межкультурных различий. В качестве приоритетных выделили следующие задачи: фокус на достижение общей цели, выстраивание доверительных отношений внутри команды, повышение уровень объективности в самооценке и оценке коллег. Программа была реализована посредством серии однодневных корпоративных мероприятий, решающих поставленные задачи в игровой форме. Атмосфера в коллективе быстро улучшилась, представители разных культур стали лучше понимать друг друга. Различия, конечно, не исчезли, но теперь они выполняли не деструктивную, а конструктивную роль.

Проблема культурных противоречий в международных трудовых коллективах решается не гомогенизацией компании, не жестким навязыванием корпоративных стандартов, а системными командообразующими мероприятиями, проводимыми по программам, созданным или адаптированным для

СИТУАЦИЯ

Во всех европейских представительствах американского производителя кормов руководящие позиции занимали американцы. При открытии филиалов в Москве и ряде других городов России компания применила ту же кадровую стратегию. Однако ожидаемых результатов не было.

РЕШЕНИЕ

подобрать топ-менеджмент из российских кадров и внедрить для них обучающую программу.

За основу взяли уже имеющуюся внутрикорпоративную программу менеджмента с моделью лидерства, стратегией, миссией и ценностями, общими для всей корпорации. Американскую программу перевели на русский язык, адаптировав ее под российскую специфику, а обучающие кейсы переработали с учетом российских реалий.

В основу программы легли три основных модуля: проектное управление, управление изменениями, лидерство в управлении изменениями. Для различных целевых групп и уровней персонала были включены дополнительные развивающие программы, такие как коммуникативная компетентность или работа в команде. По ходу курса, длившегося от трех до четырех месяцев (по одному модулю в месяц), у участников занятий вырабатывались навыки лидерства, проектного менеджмента, поведения в обстановке постоянных изменений, происходящих в компании. В результате компании удалось внедрить свою модель лидерства среди российских топ-менеджеров, реализовать общую корпоративную стратегию на российском рынке и достичь запланированных финансовых результатов.

В руководстве западной компании, вышедшей на российский рынок, не обойтись без местных топ-менеджеров. Действовать они должны в соответствии корпоративной моделью лидерства и в соот-

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

Здоровье, логистика и автопром

Московский выставочный календарь предлагает немало интересного западным предпринимателям сразу после летних отпусков

МОСКВИЧАМ – ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

www.mos-zdravo.ru

18.08 – 21.08
Место проведения: Всероссийский выставочный центр (ВВЦ), павильон N 75.
Профиль: товары народного потребления, медицина и здравоохранение.

Выставку «Москвичам – здоровый образ жизни» с 2011 года проводит государственное унитарное предприятие «Московский центр внедрения достижений науки и техники «Москва» (ГУП МЦВДНТ «МОСКВА») под патронатом Московской промышленной палаты и при поддержке правительства Москвы.
В выставке участвуют российские и западные производители лекарственных средств, био- и экопродуктов, детского питания, витаминов, минералов, БАДов, медицинские учреждения, клиники, реабилитационные центры, предприятия спортивной индустрии и т. д.

В этом году в программе предусмотрены круглый стол «Развитие спортивной инфраструктуры», форум «Медицинская грамотность населения», акция «Москва – город некурящих», презентации инновационных разработок и другие мероприятия. Проводимая московским правительством политика повышения качества жизни в столичном мегаполисе направлена на стимулирование инвесторов и игроков рынка, действующих в данной сфере. Выставка «Москвичам – здоровый образ жизни» способствует решению этих задач и будет весьма полезна тем западным предпринимателям и инвесторам, которые собираются выйти в данный сегмент московского рынка.

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

ИНТЕРАВТО — 2013

interauto-expo.ru

28.08 – 31.08
Место проведения: Международный выставочный центр «Крокус Экспо», павильоны I и II.
Профиль: автопром.

Девятая ежегодная международная выставка «Интеравто», проводимая при поддержке Союза немецкой автомобильной промышленности (VDA), японской организации по развитию внешней торговли (JETRO), Объединения автопроизводителей России, министерства промышленности и торговли РФ, министерства транспорта РФ, правительства Московской области, посвящена автокомплектующим и сервисному автооборудованию.

Ожидается, что выставку посетит свыше 50 тыс. человек, площадь экспозиции превысит 30 тыс. кв. м., в выставке примут участие около 550 компаний из 24 регионов России, а также 17 зарубежных стран, в том числе Бельгии, Германии, Италии. В программе деловые мероприятия (конгрессы, конференции, семинары, мастер-классы) по трем главным направлениям: «Безопасность», «Экология», «Эксплуатация». Состоится вручение премий «Автокомпонент года» и «Золотой ключ» компаниям, активно проявившим себя на рынке автосервисного оборудования в России.

В 2013 году в рамках выставки дебютирует специализированный раздел «Сделано в России», демонстрирующий автомобильную технику, которая производится на территории России, в том числе иностранными компаниями. В результате предполагается, что «Интеравто» из выставки автокомплектующих превратится в национальный автомобильный салон, дополняющий проводимый по четным годам Московский международный автомобильный салон, внесенный в мировой календарь выставок OICA.

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

INTERLOGISTIKA — 2013

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА InterLogistika КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ В ТРАНСПОРТЕ И ЛОГИСТИКЕ

www.interlog-expo.ru

09.09 – 12.09
Место проведения: Международный выставочный центр «Крокус Экспо».
Профиль: комплексные решения в транспорте и логистике.

Международная InterLogistika – совместный проект российского выставочного оператора «Медиа Глоб» и МВЦ «Крокус Экспо». Главная задача проекта формулируется организаторами так: «Стать для участников российского рынка профессиональной платформой, местом общения и бизнес-площадкой для обмена информацией, идеями, инструментами, ресурсами и опытом мировой практики». Выставку предполагается проводить ежегодно. Предусмотрена насыщенная деловая программа: конференции, семинары-практикумы, круглые столы и другие мероприятия, посвященные различным аспектам логистических решений, их современным задачам и тенденциям развития.

Практически любому западному предпринимателю, ведущему бизнес в Москве, так или иначе приходится сталкиваться с проблемами логистики. Организаторы выставки уверены, что данное мероприятие окажется крайне полезным и для соответствующей категории игроков московского и российского рынка.

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

КОНСУМЭКСПО—2013. ОСЕНЬ

consum-expo.ru

24.09 – 27.09
Место проведения:
Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр.
Профиль: рынок потребительских товаров.

Проводимая с 2008 года (с 2011-го дважды в год - зимой и осенью) под патронатом Торгово-промышленной палаты Российской федерации и правительства Москвы международная выставка товаров народного потребления «Консумэкспо» специализируется на товарах для дома, бытовой технике, сувенирах, а также готовых решениях для развития бизнеса. По каждому из вышеперечисленных направлений на выставке открываются соответствующие салоны.

«Консумэкспо–2013. Осень» традиционно делает акцент на посуде из фарфора и керамики, предметах интерьера, подарках, обуви, кожгалантерее, одежде и аксессуарах.

В салоне бытовой техники представлена техника для кухни, для дома, а также бытовая электроника. В салоне готовых решений для развития бизнеса предлагаются франшизы на рынке товаров народного потребления (ТНП), IT-решения для оптовой и розничной торговли, программы кредитования, решения по логистике. В салоне «Подарки и сувениры» свою продукцию демонстрируют производители часов и ювелирных изделий, портативной электроники, парфюмерии и косметики. Представлены также бизнес-сувениры. В деловой программе – отраслевые форумы и семинары с участием лидеров индустрии, в том числе зарубежных. ■

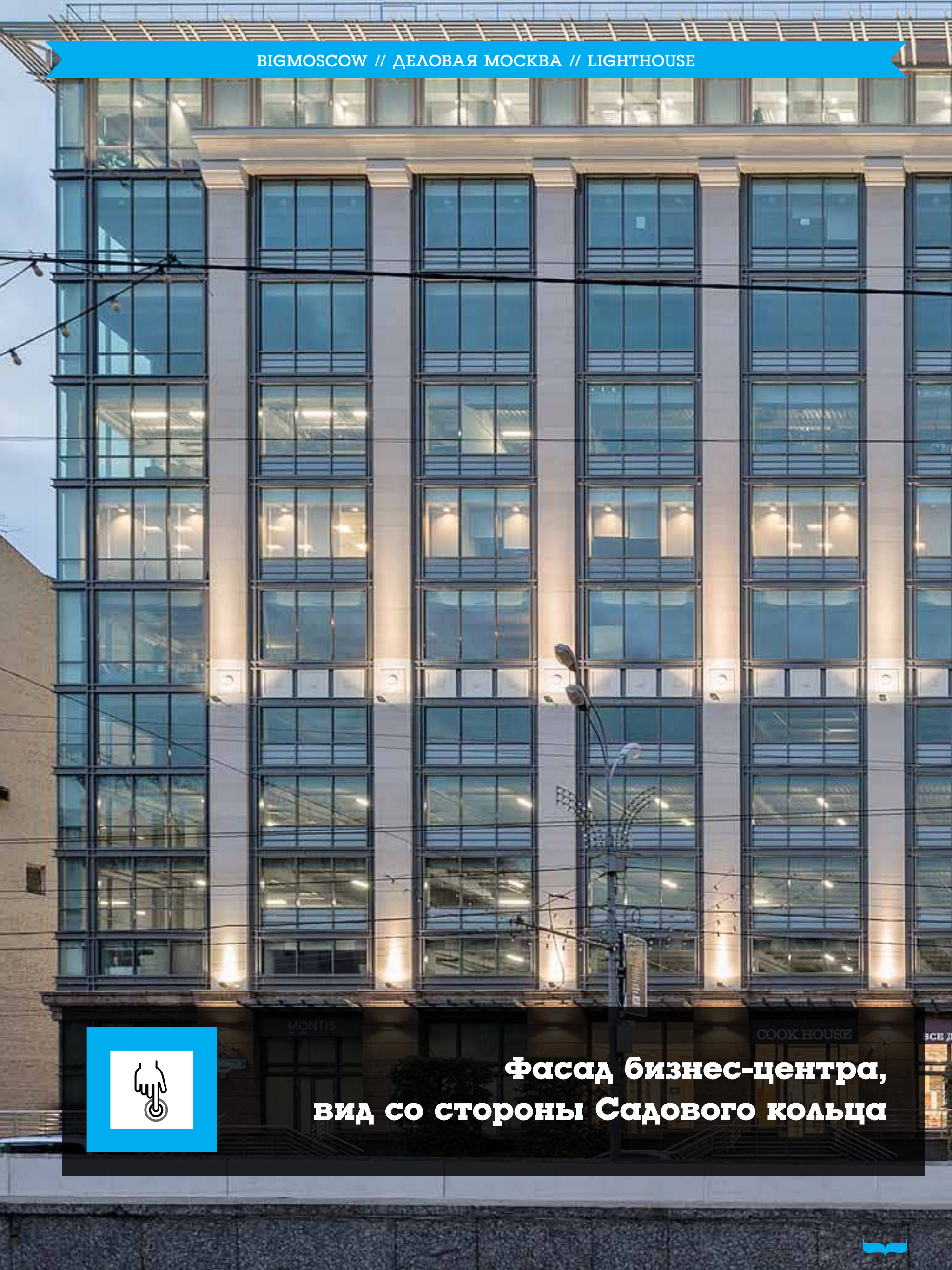
РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

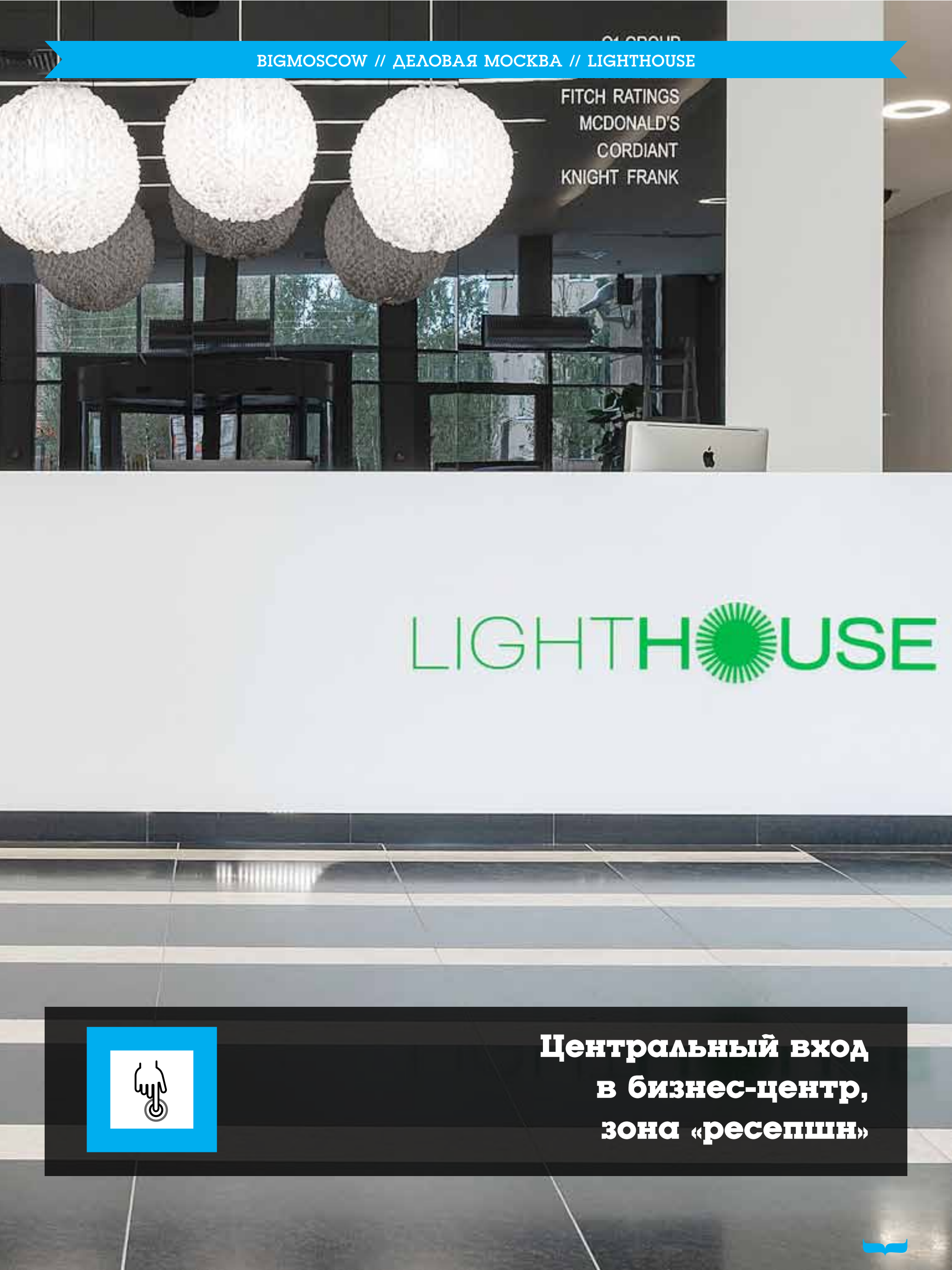
Маяк столичного бизнеса

Деловой центр класса «А» Lighthouse

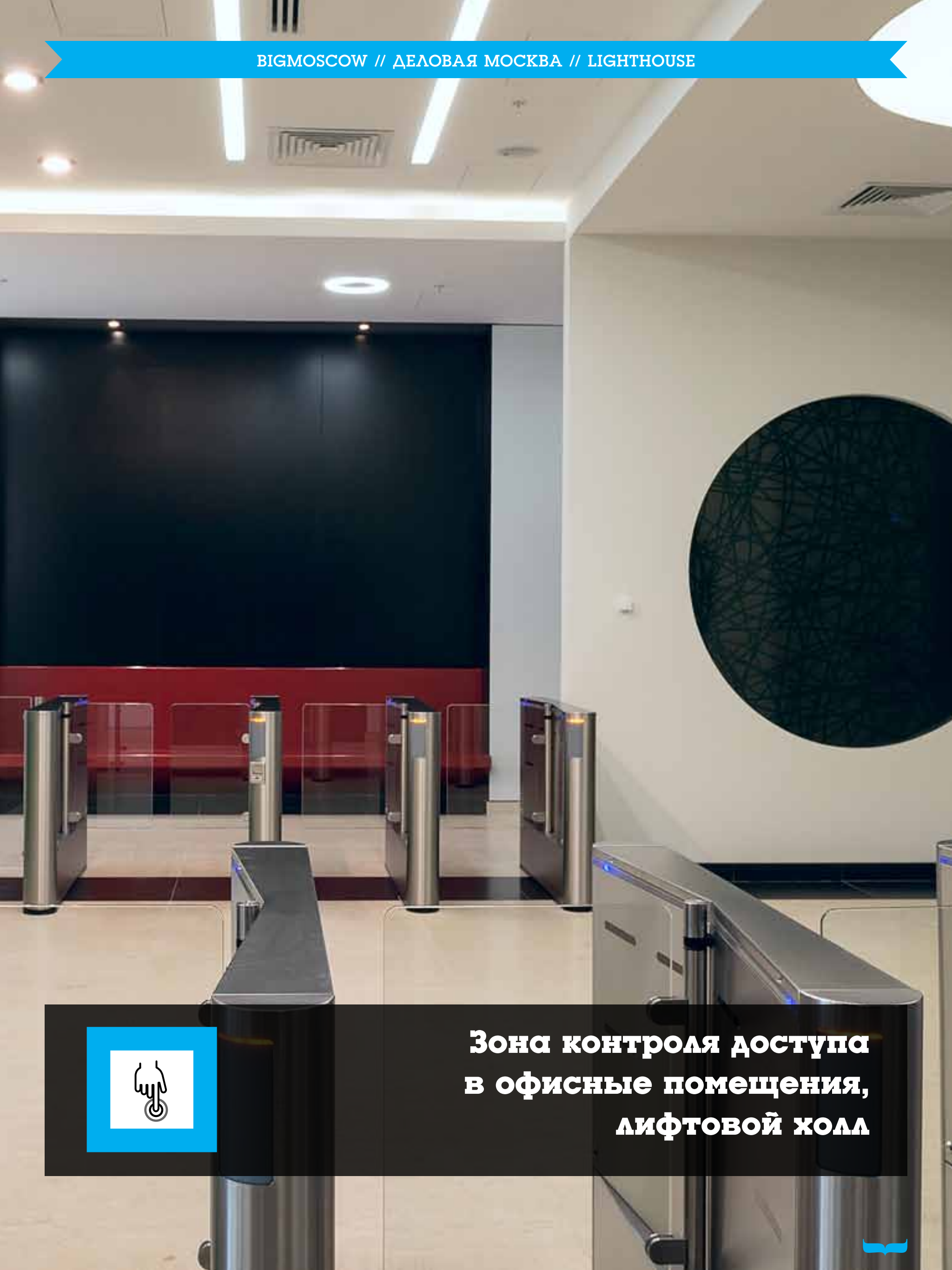
ФОТО: ЮРИЙ ПАЛЬМИН



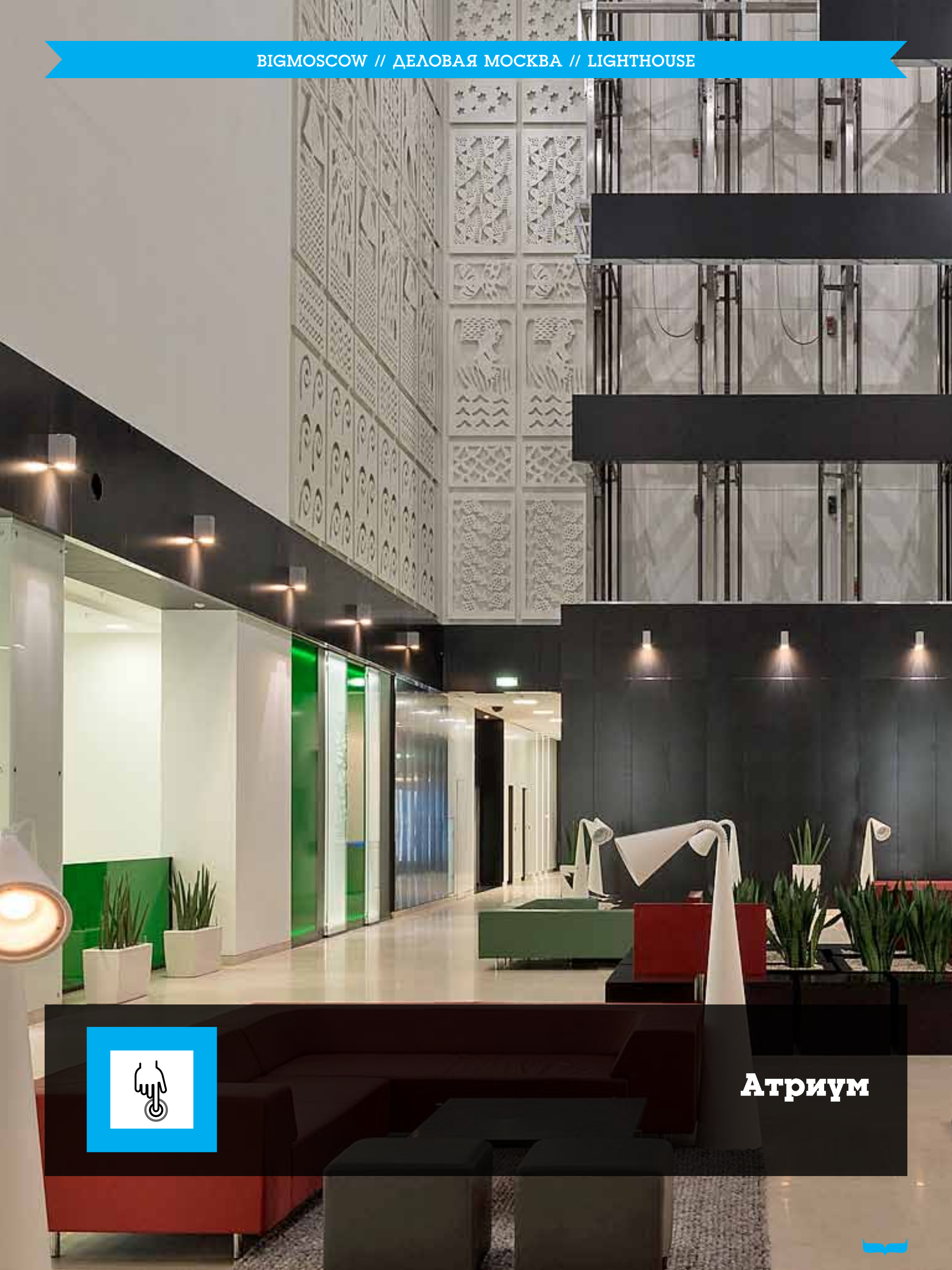
Фасад бизнес-центра,
вид со стороны Садового кольца



Центральный вход в бизнес-центр, зона «ресепшн»



Зона контроля доступа в офисные помещения, лифтовой холл



Атриум

Холл бизнес-центра

Въезд на территорию бизнес-центра, центральный вход

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

Любовь с первого взгляда

*Француженка **Катрин Тротен** приехала в Москву сразу после университета, и вся ее карьера неразрывно связана с российской столицей*

ТЕКСТ: АННА КИРЕЕВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Представитель нового поколения, человек с активной жизненной позицией, она с удовольствием приняла предложение о работе в российском подразделении глобальной консалтинговой компании* Mazars *и ничуть не жалеет об этом — московская жизнь ей нравится, и карьера развивается успешно.

— Когда вы впервые увидели Москву? Какие были впечатления?

— 8 лет назад я отправилась в Самару учиться по обмену. Летели через Москву, и я решила задержаться здесь на две недели, чтобы познакомиться с городом. Первые впечатления: холодно, толпы людей повсюду, суета. Если честно, я немного растерялась, но все же решила, что когда-нибудь обязательно сюда вернусь и уже не в качестве туриста.

Я всерьез взялась за русский язык, много читала русскую литературу, общалась с русскими, смотрела российские телеканалы. На пятом курсе сказала родителям, что подумываю о работе в России. Они поддержали меня, посоветовав отправиться на преддипломную практику в московское отделение компании Mazars (где я сейчас и работаю). Дело было весной, и впечатления оказались уже совсем иными – тепло, красиво! У меня появились русские друзья, потом мы с ними много путешествовали по России. После защиты

Москвичи всегда будут меня удивлять. Загадочную русскую душу постичь не так-то просто!

диплома мне предложили остаться в Москве в качестве штатного сотрудника Mazars, и я, не раздумывая, согласилась. Сейчас Москва для меня стала почти родным городом. Я себя чувствую здесь так же комфортно, как во Франции.

— Но ведь был какой-то адаптационный период? Какие вообще возникали проблемы, сложности?

— В первую очередь, сложно было говорить по-русски. Я очень стеснялась – боялась, что меня не поймут из-за акцента. Отношение к иностранцам в Москве бывает достаточно прохладным. Поначалу я плохо ориентировалась в городе, спрашивала дорогу у прохожих, но далеко не все останавливались, чтобы мне помочь. Запомнились еще трудности с приобретением билетов на поезд. В кассе не понимали, куда мне надо ехать – как раз из-за моего акцента. Приходилось долго объяснять. Сейчасто я покупаю билеты прямо на сайте РЖД, за считанные минуты. Надо сказать, нынешние онлайновые сервисы сильно облегчают жизнь иностранцам в Москве, впрочем, не только иностранцам.

О КАТРИН ТРОТЕН

— Что вызывает у вас удивление в Москве?

— Иногда я не понимаю, почему некоторые здания ремонтируют на протяжении многих лет, хотя, казалось бы, их можно отреставрировать и привести в порядок гораздо быстрее. А вообще москвичи всегда будут меня удивлять. Загадочную русскую душу постичь не так-то просто! Однако отмечу, что в последнее время москвичи вызывают у меня только приятное удивление.

— Когда и как вы начали изучать русский язык?

— Мне было в 15 лет. Я училась в лицее, и у нас преподавала замечательная женщина из русской семьи, эмигрировавшей во Францию после революции. Она-то и привила мне любовь к русскому языку. Он проникает глубоко в душу. Это нечто большее, чем просто слова и звуки. У русского языка своя музыка, свой ритм, и он мне очень нравится.

— На Западе живучи стереотиты о России как о стране, скажем так, не вполне европейской. Сталкивались с этим?

Москва для меня стала почти родным городом. Я себя чувствую здесь так же комфортно, как во Франции.

— Мои французские приятели, ни разу не бывавшие в России, интересуются, качественно ли я тут питаюсь и каким видом связи пользуюсь, чтобы общаться с родными и близкими. Видимо, они считают, что Россия мало изменилась со времен СССР, и искренне не понимают, почему я здесь чувствую себя комфортно. Я всячески стараюсь развеять их опасения, объясняю, что их представления о жизни в Москве никак не соответствуют действительности.

— Вы несколько раз бывали в Санкт-Петербурге. Чем отличаются, на ваш взгляд, две российские столицы?

— Петербург – город более спокойный, размеренный. Москва жестче и динамичнее. Я бы назвала ее «городом-вампиром», она постоянно требует от человека отдачи энергии, высасывает эту энергию. Да, Москва отнимает много сил, но и многое дает взамен. Работа, развлечения, общение – в этом городе не заскучаешь.

— Какой способ передвижения по Москве предпочтительнее для вас: такси, метро, автомобиль?

— Метро. Я только учусь водить автомобиль, но все же на метро добираться куда-нибудь гораздо удобнее – из-за пробок. Московское метро – самое удобное, красивое и комфортное из всех, что я видела. С такси нет проблем в любое время суток. Из соображений безопасности я предпочитаю заказывать машину по телефону, а не ловить на улице.

Москва отнимает много сил, но и многое дает взамен. Работа, развлечения, общение — в этом городе скучать невозможно.

— Где и как вы проводите свободное время? Есть ли у вас любимые места в городе?

— Я очень люблю музыкальный театр им. Станиславского и Немировича-Данченко. Замечательная труппа, прекрасный репертуар и разумные цены на билеты. Из кинотеатров предпочитаю «Пять звезд на Новокузнецкой». Там часто показывают иностранные фильмы на языке оригинала с субтитрами, что мне нравится. Также мы с подругой иногда ходим в кинотеатры «35 мм» и «Пионер». Из недавно полюбившихся – венское кафе Strudel. Мне нравятся места со своей атмосферой, уютом, и это кафе именно такое. Могу заглянуть на ланч в ближайшие к месту работы заведения – «Квартира 44» или «Жан-Жак».

— Посещаете ли вы какие-то культурные мероприятия, выставки?

— Безусловно. Люблю фотовыставки, в Центре фотографии братьев Люмьер я частый гость. Заглядываю в центр современного искусства «Винзавод». А в Петербурге непременно иду в «Эрмитаж», в любимый зал импрессионистов.

— Ваш любимый пеший прогулочный маршрут по российской столице?

— Бульвары и переулки в районе Патриарших прудов.

— Любите ли вы шопинг? Какие московские магазины или торговые центры предпочитаете?

— Шопинг я, конечно, люблю. Чаще всего бываю в торговом центре района, в котором живу. Раньше часто делала покупки в «Охотном ряду» на Манежной площади.

— На что, по вашему мнению, следует обратить внимание московской администрации, чтобы иностранным гражданам было удобнее работать и жить в российской столице?

Для тех, кто привык к активному образу жизни, Москва — самое подходящее место.

— Было бы замечательно, если бы названия московских улиц указывались не только по-русски, но и по-английски. То же самое касается и метрополитена. Английские названия есть только на схеме московского метро, а указатели переходов и выхода в город на станциях – только по-русски. Иностранцам трудно ориентироваться. В Петербурге я обратила внимание на автобусы с аудиогидом. Было бы неплохо ввести такие же и в Москве.

— Какие плюсы и минусы жизни в Москве по сравнению с западными городами вы можете отметить?

— Плюсов предостаточно. В Москве никогда не бывает скучно. Магазины, рестораны, салоны красоты работают допоздна. В Париже в 7 часов вечера почти все уже закрыто – это создает большие неудобства тем, кому приходится задерживаться на работе. Что касается минусов... Московская жизнь подойдет не всякому. Город, как я уже говорила, требует много энергии. Жить в постоянном движении, постоянном напряжении непросто. Но для тех, кто привык к активному образу жизни, Москва – самое подходящее место.

— Как долго вы планируете прожить в России? Смогли бы остаться здесь навсегда?

— Не знаю, пока об этом не задумывалась. В данный момент меня все устраивает. Любовь к России была любовью с первого взгляда, и, надеюсь, она взаимна. ■

Присоединяйтесь к обсуждению статьи на facebook.com

BIGMOSCOW

Журнал о том, как иностранцу делать
свой малый или средний бизнес в Москве.

Издается
**Департаментом внешнеэкономических
и международных связей города Москвы.**

Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-52596 от 25 января 2013 г.

Объединенная редакция «BIGRUSSIA — Business Investment Guide to Russia»

Главный редактор Наиль Гафутулин
Редакторы Леонид Соколов, Екатерина Колосова, Александр Пигарев
Выпускающие редакторы Владимир Мохов и Валерий Дробот
Ведущий дизайнер Мария Ландерс
Редакторы-переводчики английской версии
Jack Doughty, David Tugwell и Jason Shaw
Редактор-переводчик немецкой версии Helga Schulze-Neufeld
Директор по развитию Артем Бринь

Адрес редакции
140180, Россия, Московская область, город Жуковский,
ул. Амет-хан Султана, дом 15, кор. 2, к. 4
Телефон (495) 741-15-37

www.bigrussia.org

magazine@bigrussia.org

Ссылка в App Store
на английскую и немецкую версии