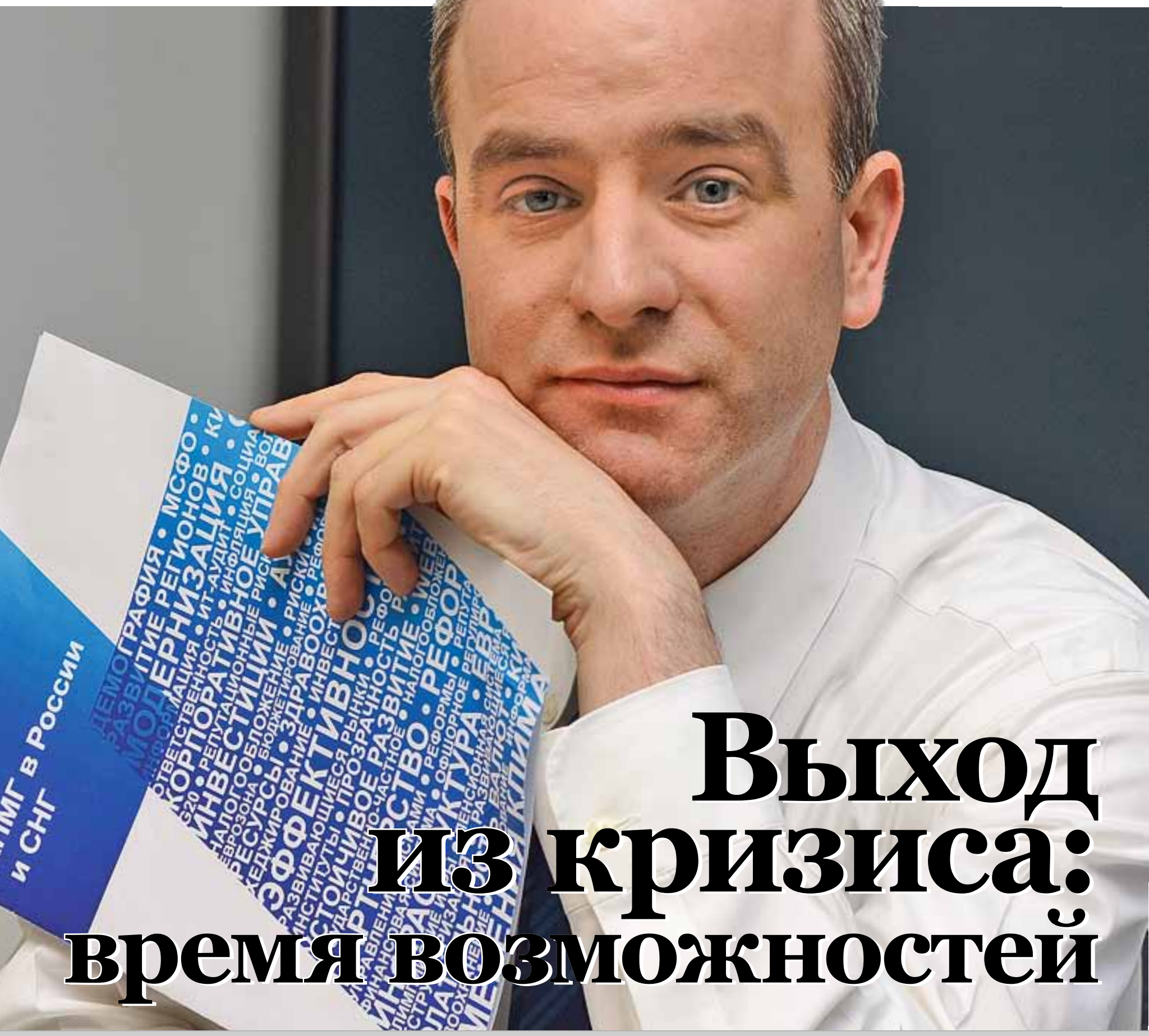
Business Investment Guide to Moscow

BIGMOSCOW

апрель – июнь 2016 | Digital Magazin

РУССКАЯ ВЕРСИЯ



Выход из кризиса: время возможностей

Итальянец Россини
открыл в столице РФ свадебный салон

Франко-канадец Манжер
продает москвичам шоколад и трюфели

Австралиец Баллис
расширяет в Москве сеть ресторанов

Содержание

BIGMOSCOW
апрель — июнь
2016

ПЕРСОНА

Для инвесторов — лучшее время
Так говорит о России американец **Майкл Иган**, партнер компании *«КПМГ в России и СНГ»*.

5

Хотите открыть бизнес в Москве?
5 советов от **Майкла Игана**

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

Сбывшаяся шоколадная мечта
Франко-канадец **Дейв Манжер** предлагает москвичам изысканные трюфели собственного рецепта.

Как фотограф модельером стал
Итальянец **Франческо Россини** мечтает создать в Москве свой Дом моды.

Кулинарный успех с размахом
Австралиец **Глен Баллис** покорил москвичей капустой с трюфелями и пармезаном.

НА РАБОТУ В МОСКВУ

В России найдется дело всем!
Немец **Михаэль Гермерсхаузен** уверен, что иностранцы всегда найдут выгодное дело в России.

ТОРГОВАТЬ С МОСКВОЙ

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.

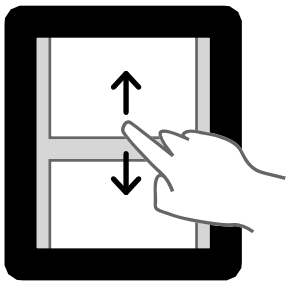
4 Содержание
Полный список материалов выпуска.

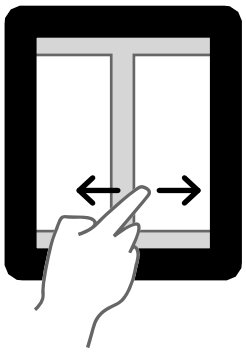
5 Подробное содержание
Список материалов с превью каждой страницы, краткими анонсами, указанием авторов.

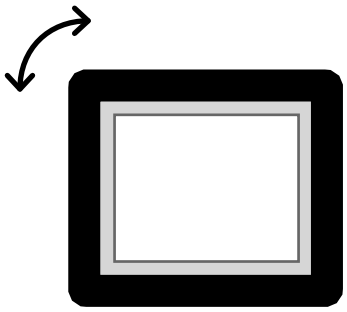
6 Панель быстрой навигации
Быстрый переход по страницам издания.

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

*Американец **Майкл Иган**, партнер компании «КПМГ в России и СНГ», считает, что в России сегодня*

Для инвесторов — лучшее время

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ВИКТОР ВАРЗАКОВ

*Как и подобает типичному американцу, **Майкл Иган** сразу производит впечатление человека открытого, доброжелательного и готового к общению. Но не стоит забывать, что по профессии он аудитор. То есть человек, привыкший полагаться не на общие слова, а на конкретные цифры и официальные документы. Поэтому в оценках и суждениях Майкл достаточно сдержан. И неизменно подчеркивает, что высказывает свое сугубо личное мнение. Что придает его словам и оценкам особую весомость.*

– Господин Иган, KPMG не просто известна – она, вместе с Deloitte, Ernst & Young и PwC, член «большой четверки» авторитетных аудиторских и консалтинговых компаний, работающих по всему миру. И я был несколько удивлен, узнав, что «КПМГ» – своего рода глобальный кооператив, сеть независимых компаний, выступающих под единым брендом…

– Да. И «КПМГ в России и СНГ» – это независимое, самостоятельное, самоуправляемое российское юридическое лицо. Мы входим в международную сеть независимых фирм, но без какого-то высшего корпоративного руководства. Решения мы принимаем сами и все, что наша компания зарабатывает, остается у нас.

– А офисы «КПМГ» в различных городах России и стран СНГ? Это тоже независимые компании?

– Нет. Мы работаем в странах СНГ и эти офисы являются частью «КПМГ в России и СНГ».

– Сколько же людей у вас работает?

– В «КПМГ в России и СНГ» свыше четырех тысяч сотрудников. Больше всего в Москве – примерно три тысячи.

– А кого больше – иностранных специалистов или местных?

– Девяносто девять процентов – персонал, нанятый в России и других странах СНГ.

– Как вы набрали такое количество сотрудников?

В России можно верить и бизнесменам, и вообще людям. Они держат слово.

– Проводим рекрутинговые кампании и другие мероприятия в российских и в университетах стран СНГ. Например, у нас есть традиционный международный конкурс для студентов – KPMG International Case Competition, в ходе которого команды, сформированные из нескольких студентов, соревнуются в решении бизнес-кейсов от KPMG. То есть конкретных проблем и задач, с которыми они могут столкнуться, работая в нашей компании. Победители выходят в международный финал, где соперничают с такими же командами со всего мира. В прошлом году финал проходил в Дубае. Есть и другие программы.

– И как, наши университеты обеспечивают достаточный уровень образования специалистов?

– Уровень подготовки специалистов в российских университетах хороший. Но когда я, например, учился, моими преподавателями были в основном бывшие специалисты компаний «большой четверки». Многие из них уже имели собственные успешные фирмы. Они ориентировали нас, студентов, на конкретную работу, на реальную практику. И к окончанию учебы я уже имел достаточное представление о том, что меня ждет, что мне предстоит делать. Вот этого в российских университетах, наверное, пока не хватает...

– В условиях взаимных санкций Запада и России жизнь для международного бизнеса, конечно, осложнилась. На своей компании вы это как-то почувствовали?

– Мы чувствуем, что ситуация на рынках осложнилась, инвестиции

Уровень подготовки специалистов в российских университетах хороший.

... О «КПМГ»

снизились. Это слышим от наших клиентов. Какие-то компании свертывают свои проекты, стали меньше вкладывать в них денег, сузился рынок первичного размещения акций на международных фондовых рынках. Но при всем этом количество обращений к нам со стороны бизнеса в России по-прежнему больше, чем, скажем, на зрелых рынках.

О ЗАКОНЕ САРБЕЙНСА–ОКСЛИ

– В России сегодня работает и «большая четверка», и местные аудиторские и консалтинговые компании. Конкуренция острая?

– Конкуренция есть. Но все же она не так остра, как, скажем, в США или в Германии. Развивающиеся рынки, как правило, предлагают больше новых проектов и инициатив для реализации. Поэтому работы здесь хватает всем. Небольшие местные компании, которые не в состоянии сами проводить серьезный аудит и не имеют международного опыта, обслуживают малый бизнес. А транснациональные компании-консультанты предоставляют более сложные профессиональные услуги для средних и крупных компаний.

– Кроме непосредственно аудита вы занимаетесь вопросами соблюдения требований Закона Сарбейнса–Оксли о внутреннем контроле за подготовкой финансовой отчетности. Но этот закон касается тех акционерных обществ, чьи бумаги котируются на фондовом рынке США. Много таких российских компаний?

– Большинство компаний, с которыми я работаю по этому направлению, – это, конечно, «дочки» транснациональных корпораций, крупные зарубежные компании, головные

Российских компаний среди котирующихся на биржах США еще очень и очень немного. А потенциал — огромен.

офисы или филиалы которых находятся в США. Российских компаний среди котирующихся на биржах США еще очень и очень немного. Но я работал с российскими фирмами, которые до нынешней ситуации планировали размещение своих акций на американских биржах. Увы, этот рынок в России пока весьма узок. Хотя потенциал его огромен.

О МАЙКЛЕ ИГАНЕ

– Российские компании чаще выходят с первичным размещением акций не на американские фондовые биржи, а на лондонскую. Почему так?

– Это зависит от компании, от того, чем она занимается. Кроме того, размещение на фондовой бирже – процедура непростая и затратная. На американских биржах российский (как и любой другой иностранный) эмитент не может напрямую разместить свои акции. Это делается через так называемые Американские депозитарные расписки – ADR. То есть компания должна сначала депонировать акции в банке, потом американский банк выпускает на эти акции собственные производные ценные бумаги – ADR, которые и обращаются на зарубежных биржах, в том числе и в США. Инвестор, по сути дела, покупает не саму российскую акцию, а банковский сертификат на право владения ею. А размещаться в Лондоне дешевле.

– В чем вы видите особенность российского финансового рынка?

– Главная особенность для инвестора, пожалуй, в том, что Россия и ее бизнес очень зависят от цены на нефть. Даже не важно, чем занимается компания, на ее результатах

Главная особенность для инвестора в том, что Россия и ее бизнес очень зависят от цены на нефть.

цена на нефть очень сказывается. Есть российские компании, которые добились хороших результатов в прошлом году. Но пока цена их акций пошла вниз. Для иностранного же инвестора такая ситуация может создать новые возможности.

– А каковы, на ваш взгляд, особенности российской культуры бизнеса?

– На Западе представители бизнеса намного больше верят в существующие институты и полагаются на них. В России же важнее человеческий фактор: больше полагаются не на государственные и общественные институты, а доверяют человеку. На мой взгляд, это основное отличие, на которое следует обращать внимание тем, кто собирается инвестировать в России.

– Это создает для инвестора проблему?

– Это не столько проблема, сколько факт, который надо иметь в виду. Если же говорить о проблеме, то она, может быть, в том, что люди здесь часто не думают о большой перспективе, не хотят загадывать надолго вперед. А это влияет на конечный результат. Опять-таки, не думаю, что это очень большая проблема. Но хотелось бы, чтоб люди смотрели дальше – лет на 5–10.

– Продолжая тему человеческого фактора: трудно работать с российскими бизнесменами? Это надежные люди?

– По своему опыту могу сказать: надежные. В России можно верить и бизнесменам, и вообще людям. Они держат слово.

– Вы работаете в Москве с 2008 года. Как за это время в России изменился климат для иностранного бизнеса?

– С чисто экономической точки зрения, когда я сюда приехал, возможностей было больше. Покупательная способность рубля была значительно выше, доллар, помню, стоил немногим больше 23 рублей. Выше были и доходы компаний. Сегодня, с резким колебанием курса рубля, появилось больше неопределенности, доходы компаний, продающих свои товары в России, сократились.

– Некоторые ваши коллеги видят большую проблему в неопределенности, связанной с регулированием бизнеса в России. С тем, что «правила игры» часто меняются...

– Тут надо говорить конкретно, о чем идет речь. Да, на рынке сегодня много неопределенности. Налоговое законодательство меняется. Цены меняются. С одной стороны, инвестиции могут стать очень эффективными. С другой – на формирующихся рынках всегда присутствуют большие риски. Поэтому пока далеко не все серьезные иностранные компании готовы прийти на российский рынок. Не думаю, что все можно легко и сразу отрегулировать. На формирующемся рынке такая ситуация будет сохраняться всегда.

– Так все-таки: сегодня риск вложений в российскую экономику оправдан?

– В конце 90-х экономика России тоже не процветала, но многие инвесторы тогда выиграли. Кризис кризисом, но он всегда создает и новые возможности для бизнеса. Покупать в России для иностранного инвестора стало дешевле. Конечно, есть риски. Но в целом, считаю, риски эти сегодня абсолютно оправданны.

– Покупать стало дешевле. Но что именно покупать?

– Если говорить о фондовом рынке, то российские акции сейчас крайне дешевы. С учетом соотношения цены и прибыли, покупая в расчете на перспективу, когда рынок пойдет вверх, через несколько лет можно рассчитывать на очень хороший доход. И это сулит огромные возможности в будущем.

– А помимо фондового рынка? Какие секторы российской экономики могли бы представлять интерес?

– С инвестиционной точки зрения в России сегодня имеют хороший потенциал сельское хозяйство, а также новые технологии.

– Что перспективнее – ввозить готовые товары или открывать производство в России?

– Это зависит и от сферы деятельности, и от риска, на который готова пойти компания. Если она рассчитывает на длительную перспективу и долгосрочный доход, есть смысл инвестировать в производство. Если компания не хочет рисковать и делает ставку на получение быстрой прибыли, ей выгоднее ввозить продукцию. Естественно, с политикой импортозамещения и удорожанием импорта возрастают возможности для компаний, готовых открывать свое или совместное производство с локализацией в России. Что мы сегодня и наблюдаем.

– В итоге, что бы вы посоветовали потенциальному инвестору: ждать, пока экономический шторм уляжется, или все-таки выходить в море?

– Никогда не знаешь, когда шторм уляжется... Рынок подешевел, и сейчас, может быть, для инвестора как раз лучшее время.

– Тогда поговорим о более конкретных вещах, о конкретных рисках, которые могут под-

В повседневной жизни я вполне обхожусь английским языком. В Москве его многие знают.

жидать иностранного предпринимателя. Трудно сегодня иностранцу открыть бизнес в Москве?

– Я так не думаю. Надо только найти хороших местных партнеров, местных специалистов. В России много талантливых людей с высокой мотивацией, которые понимают и знают, что и как надо делать. Вы не сможете вести здесь бизнес, ориентируясь только на то, что написано в учебниках, или на то, как это делается в Германии или в Японии.

– Иностранцев традиционно пугают пресловутой российской коррупцией. Она действительно высока?

– Коррупция в России существует, как она существует на рынке любой другой страны. Но очень многие компании, в том числе американские, работают в России, избегая коррупционных схем. И работают успешно. Не думаю, что это большая проблема.

– Вы смотрите на вещи с рассудительностью опытного

Проблема бизнеса в России в том, что здесь не хотят загадывать надолго вперед.

– Говорят, что российская бюрократия – чуть ли не самая большая проблема для бизнеса...

– Бюрократия есть везде. Кого-то могут сначала напугать, скажем, сложности с получением в России въездных рабочих виз. Да, это требует времени, но это не те сложности, которые препятствуют открытию бизнеса.

москвича. А как, кстати, американец стал москвичом?

– Я сам этого захотел. Поработав в Китае, решил попробовать что-то новое – и в экономическом смысле, и в культурном. Российский рынок показался очень интересным.

– Сложно было привыкать на новом месте?

– Каких-то особых трудностей не встретил. Тем более после Китая. Ра-

бота там была гораздо большим вызовом для меня: Россия в культурном плане все-таки ближе к моим родным Соединенным Штатам.

– А русским языком вы владеете?

– Нет. Могу, конечно, объясниться на бытовом уровне. А так в повседневной жизни вполне обхожусь английским. В Москве его многие знают.

– Чувствуете себя здесь спокойно, в безопасности?

– Абсолютно. Москва – очень безопасный город. Во всяком случае, гораздо безопаснее многих американских городов.

– Утверждают, что Москва – одна из самых дорогих столиц...

– После падения курса рубля уже нет. Аренда жилья, правда, дорогована. Особенно новых апартаментов.

– А по чему вы больше всего здесь скучаете?

– По свежим лобстерам. *(Смеется.)* И по баскетбольным матчам, которые можно смотреть по телевизору в баре.

– Если вернуться на восемь лет назад, повторили бы свой московский опыт?

– Вне всякого сомнения. ■

С инвестиционной точки зрения в России сегодня хороший потенциал в сельском хозяйстве и в новых технологиях.

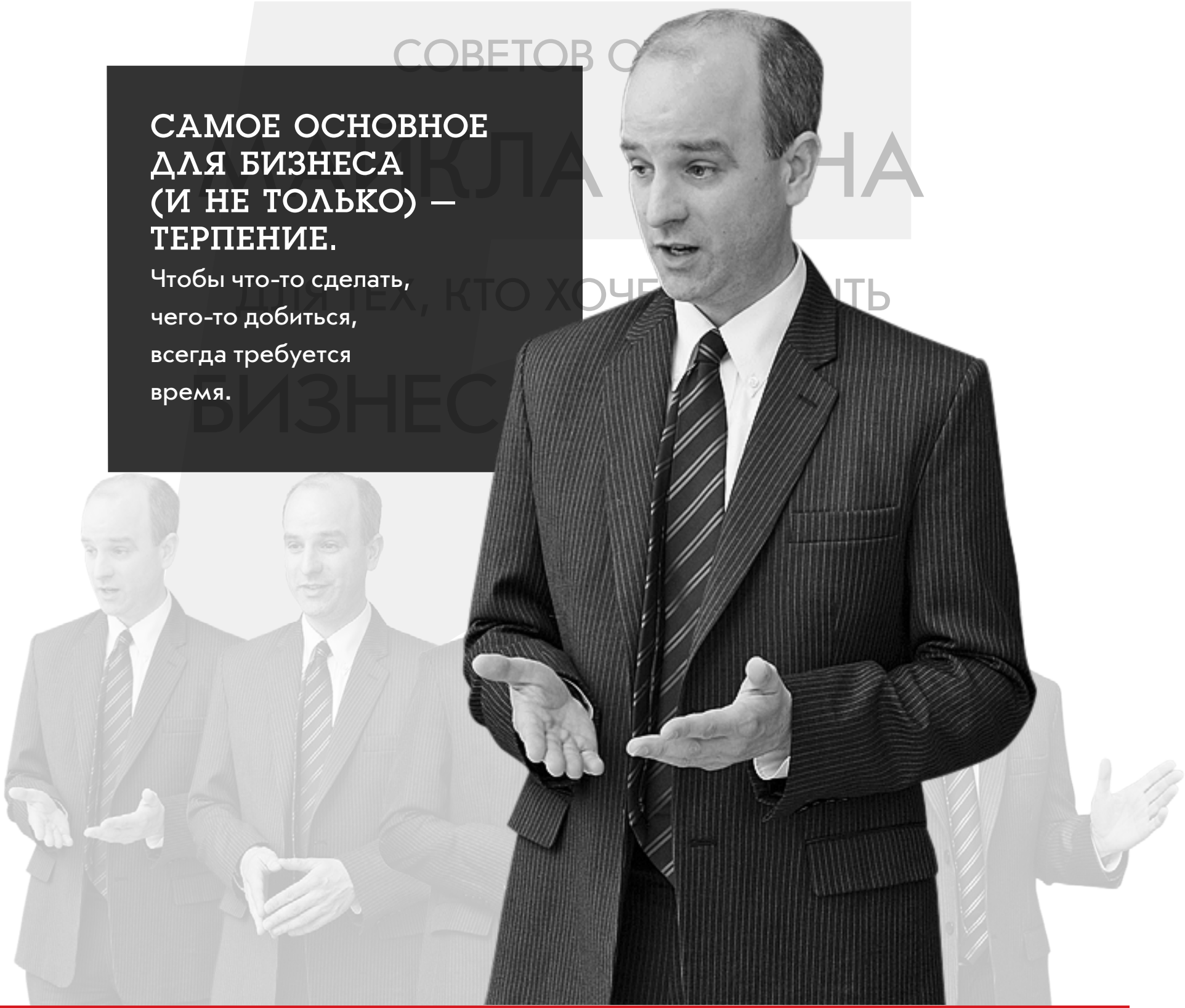
5 СОВЕТОВ ОТ МАЙКЛА ИГАНА ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ОТКРЫТЬ БИЗНЕС В МОСКВЕ

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

СОВЕТОВ О МАЙКЛА ИГАНА ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ВЕСТИ БИЗНЕС

САМОЕ ОСНОВНОЕ ДЛЯ БИЗНЕСА (И НЕ ТОЛЬКО) — ТЕРПЕНИЕ.

Чтобы что-то сделать, чего-то добиться, всегда требуется время.



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

СОВЕТОВ О
МАЙКЛА ИГАНА
ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ВЕСТИ
БИЗНЕС

ОПИРАЙТЕСЬ НА НАДЕЖНЫХ ЛЮДЕЙ.

Окружите себя преданными вашей компании сотрудниками, теми, кто стремится в ней работать.

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

ЗНАЙТЕ МЕСТНЫЕ РЕАЛИИ.

Привлеките опытных российских специалистов, которые могут помочь и поддержать советом.

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

УЧИТЫВАЙТЕ РОССИЙСКУЮ МЕНТАЛЬНОСТЬ.

Постарайтесь понять: то, что вдохновляет, стимулирует людей здесь, несколько отличается от того, что можно увидеть в странах с более развитым рынком.

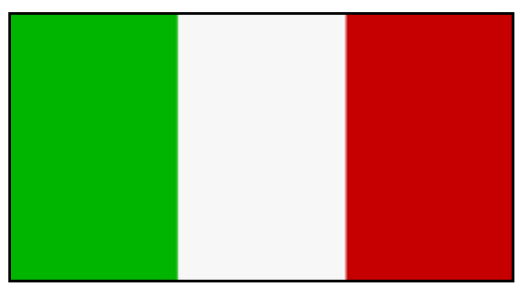
За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.

УЧИТЕСЬ НА ЧУЖИХ ОШИБКАХ И ДОСТИЖЕНИЯХ.

Не полагайтесь только на собственный опыт, используйте и опыт внешних экспертов.

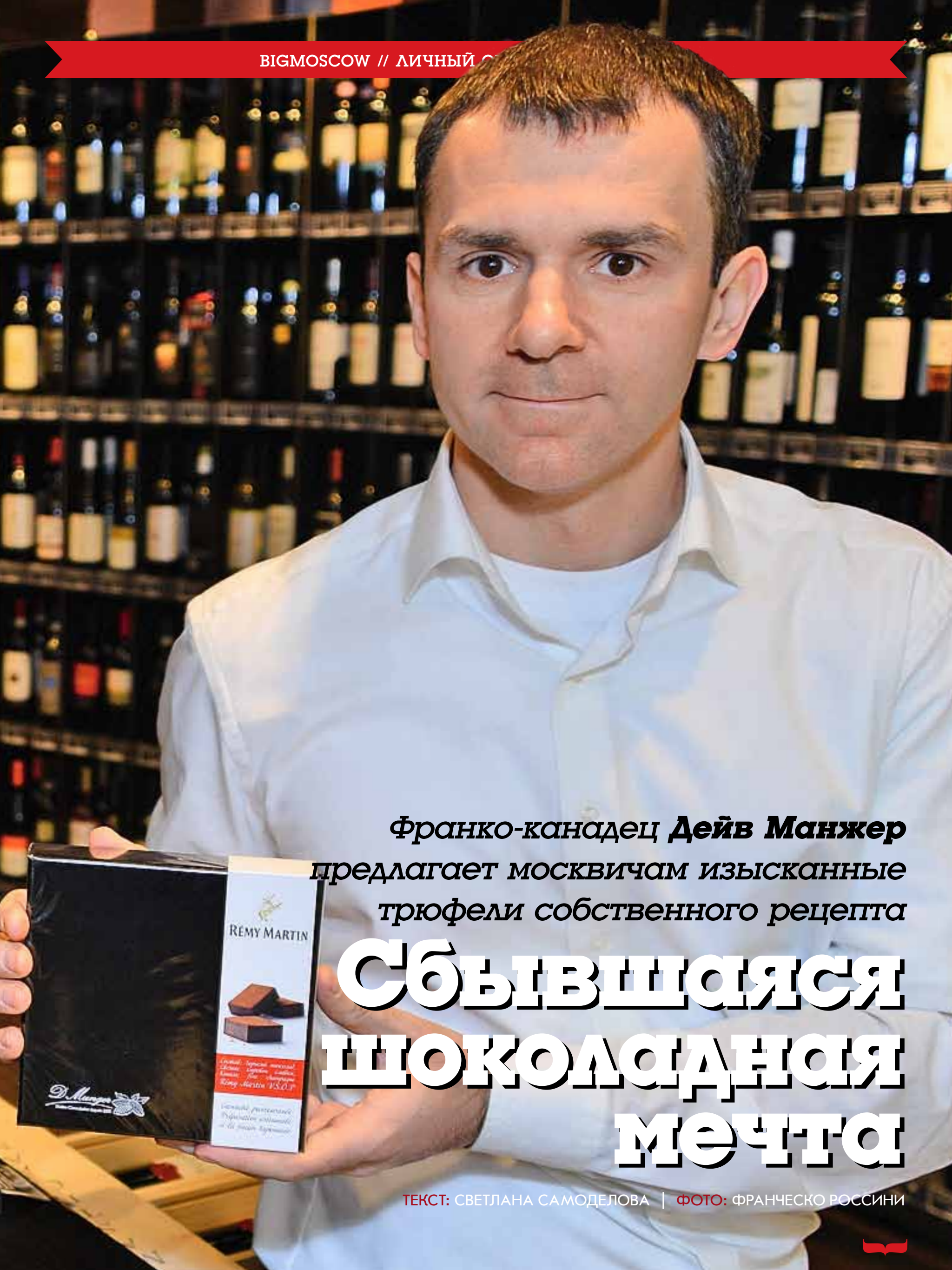
За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.

Франко-канадец ***Манжер*** *предлагает москвичам изысканные шоколад и трюфели*



Итальянец ***Россини*** *решил создать в Москве собственный Дом моды*

Австралиец ***Баллис*** *расширяет ресторанный бизнес в столице России*



*Франко-канадец **Дейв Манжер** предлагает москвичам изысканные трюфели собственного рецепта*

Сбывшаяся шоколадная мечта

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

***Дейв** — мэтр-шоколатье. Он работает на грани искусства и волшебства. В Россию приехал в 1998 году, чтобы изучать православие и «русскую душу». Но страна и русская жена вдохновили его на создание неповторимых авторских десертов. Его конфета с начинкой из горького шоколада со вкусом белого чая с жасмином выиграла престижный кондитерский конкурс в Париже. Сегодня г-н **Манжер** рассказывает о жизни и работе в России как владелец компании «Теоброма», которая выпускает свежайшие трюфели и цедру цитрусовых в горьком шоколаде.*

– Я родился в провинции Квебек, в лесной деревушке, – *говорит Дейв Манжер*. – В университете в Квебеке получил специальность богослова. В Россию приехал, чтобы углубленно заняться византийской патрологией, а главное – побольше узнать о стране, которая меня так привлекала. И попал в момент дефолта, в сентябре 1998 года, когда многие иностранцы покидали страну. Но я приехал не для того, чтобы заработать деньги. Изучением богословия я решил заняться исключительно для самообразования. Я познавал себя, искал свой путь. В университете у нас был русский преподаватель, географ. Он проводил аналогии между моей областью в Канаде и Сибирью. Я понял, что франко-канадцы и русские очень близки по духу.

– Вы уже говорили по-русски?

– Еще в Канаде я взял курс и самостоятельно занимался по учебнику «Русский язык за 90 дней». А в России читал книги русских писателей. Обложился словарями,

Для производства я искал умных, энергичных и честных людей.

начал переводить. И за 4 месяца выучил язык. Учился год в Лавре в Сергиевом Посаде вольным слушателем, потом вернулся в Канаду. Там стал предлагать канадским компаниям найти рынки сбыта в России. Появилось много знакомых, оброс связями. И как-то на рынке сувениров в Москве встретил будущую жену: она была студенткой, будущим инженером-химиком, подрабатывала на учебу продажей изделий из бересты *(березовой коры)*. Жена – москвичка, не хочет жить за границей. Поэтому я стал искать постоянную работу здесь.

Помогли мне налаженные ранее связи и знакомства: одному из владельцев компании, которая продавала бижутерию, я предложил открыть бутик шоколадных конфет. Идея ему понравилась. Начали мы вместе, но потом я понял, что у партнера нет средств, чтобы развивать бизнес.

В тот момент мне попался на глаза журнал со статьей Андрея Коркунова, основателя теперь уже многим известной кондитерской компании. Я написал ему письмо: «Здравствуйте, Андрей Николаевич, у меня есть проект, я немало знаю о шоколаде, давайте я буду у вас помощником по развитию». Мы встретились. И понравились друг другу. Потом он признался: «Я увидел человека с горящими глазами. Что очень ценно».

Я стал работать директором по развитию. Под торговой маркой «А.Коркунов» выпускали конфеты класса «Премиум». Мы планировали покупать готовый шоколад и начинки за рубежом. Но выяснилось, что это стоит безумно дорого. Тогда Андрей предложил: «Давай ты будешь у нас шоколатье? Ищи лучшего специалиста. Я оплачу обучение, а ты отработаешь у меня три года».

В итоге я учился у всемирно признанного мастера Жана-Доминика Желле во французских Альпах. А потом разрабатывал у Коркунова рецептуры конфет. В 2005 году мы отличились в конкурсе на шоколадном

Я приехал в Россию не для того, чтобы заработать деньги. Я познавал себя.

салоне (Salon du Chocolat) в Лувре, в Париже. А там была представлена продукция 170 лучших производителей мира. Но наши конфеты с начинкой из горького шоколада со вкусом белого чая с жасмином, разработанные мной, заняли первое место. Это было и мое достижение, и первое столь высокое признание российских кондитеров в мире.

– Почему, несмотря на успех и признание, вы ушли от Коркунова?

– Я проработал там 4 года. А ушел потому, что хотел делать шоколадные трюфели со свежими сливками. Но это продукт особый, его нужно быстро реализовать. Андрея Коркунова идея не заинтересовала. И я обратился в компанию «Вимм-Билль-Данн».

– И «Вимм-Билль-Данн» сделал шаг в направлении кондитерского рынка?

– Да. Два года я занимался там массовым производством трюфелей со свежими сливками (их назвали Morand – по имени той шоколадницы, где я учился). Так компания показала, что входит в новую, более маржинальную категорию, находящуюся на стыке молочного и кондитерского рынков. Но проект требовал очень больших объемов молока

Мнение

Алла Комиссарова,
генеральный директор ООО «Принцесса Шоко»

Чтобы сегодня открыть в Москве цех по производству шоколада или конфет ручной работы (без темперирующих машин), потребуется порядка 500 000 рублей. Для такого производства нужно будет приобрести нержавеющие столы, стеллажи, полки, холодильник, морозильник, микроволновую печь, специализированную посуду. Но без темперирующего оборудования сложно выполнять большие заказы. Поэтому, если вы планируете открыть шоколадное ателье с несколькими темперирующи-

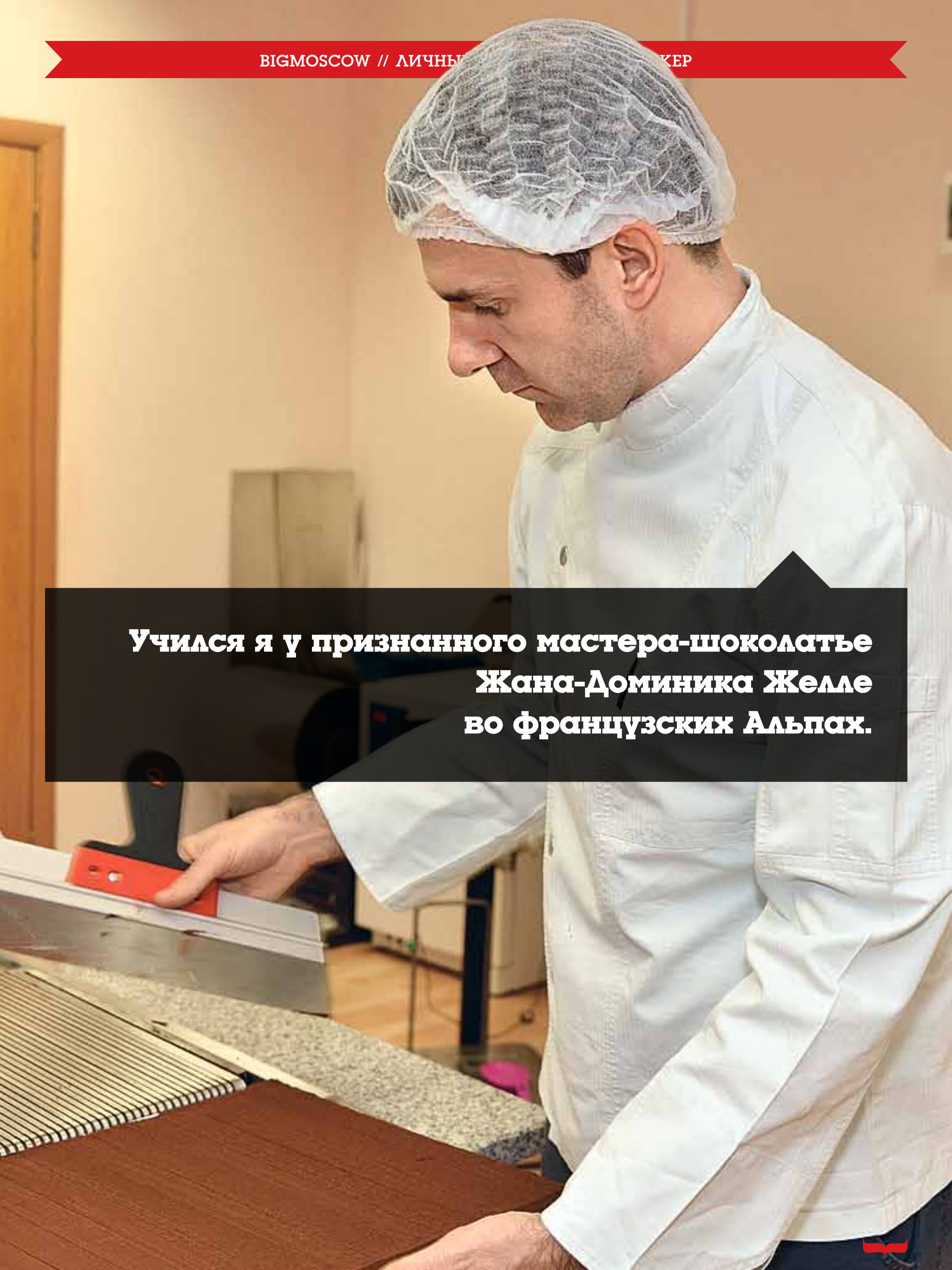
из-за высокой жирности сливок, и был не очень профильным для компании, так что после двух лет решили не продолжать опыт...

Тогда, в 2008 году, я предпринял первую попытку открыть собственное дело. У меня не было достаточно средств, и я привлек партнера-инвестора. Но в том же году грянул кризис, и инвестор сказал: «Извини, денег нет...»

Мне опять пришлось искать работу. И я оказался в «Кондитерском Доме Восток» (КДВ), крупнейшем кондитерском холдинге России. Организовал и возглавил исследовательский центр, который обслуживал все заводы сладкой группы. И если у Коркунова я объездил всю Европу, то в КДВ – исколесил Россию.

– Но мысли о собственном проекте вас не оставляли?

– Я продолжал мечтать. Три года готовился. Сначала думал открыть дело в Канаде, но все-таки решил остаться в России. Здесь я знаю крупнейших поставщиков, а они меня. Также я хорошо знаю торговые сети. На принятие решения повлияло и то, что в Канаде большое внимание обращают на образование. А по документам я богослов.



Учился я у признанного мастера-шоколатье Жана-Доминика Желле во французских Альпах.

– Почему вы назвали компанию «Теоброма», а торговую марку «Шоколатье D.Munger»?

– «Теоброма» – латинское название какао-дерева. А в переводе с греческого «пища богов». Также я хотел назвать и торговую марку, но название оказалось уже запатентовано. Как и 50 других, заготовленных мной. Вот мне и посоветовали патентоведы и друзья: «Назови торговую марку своим именем». И вопрос был решен.

Никаких проблем с регистрацией предприятия у меня не возникло. Всем занималась специализированная юридическая компания.

– Много денег пришлось вложить?

– Все, что накопил за последние 12 лет, но точную сумму не назову.

– Как искали помещение?

– Сложно. Но чем дальше от Москвы, тем оказалось проще. В самой Москве очень высока аренда. А я снимаю в Павловском Посаде два помещения сравнительно недорого. Правда, мне пришлось сделать и капитальный ремонт.

– Сколько человек у вас работает?

– Сейчас занято 10 человек. А маркетинг, дизайн, технологии, снабже-

Эксперт

Дмитрий Матейчик,
основатель шоколадной мастерской D.Mateychik и компаний KADZAMA, b2bchocolate и Chocolatier

Рынок ремесленного шоколада в России мал по сравнению с Европой и Соединенными Штатами. Связано это с культурой потребления. В России большая часть людей ориентирована на фабричные продукты. И только зарождается культура потребления продуктов ремесленных. В США я знаю более 150 ремесленных предприятий, изготавливающих шоколад. А в России – 5. Расти есть куда. Да и спрос рождает предложение ровно так же, как и предложение – спрос. И чем больше игроков будет на этом рынке, тем больше ресурсов пойдет на

Проще продавать продукты, которые легко выдерживают любое сравнение.

ние – это все мое лично. Кондитеров со стажем я не брал, потому что легче научить, чем переучивать. Для производства искал умных, энергичных и честных людей, которым можно доверять. Кто понимает все с полуслова, хватает на лету и впитывает знания, как губка воду.

– И какова зарплата у ваших работников?

– В Павловском Посаде люди получают в среднем около 12 тысяч рублей в месяц, а у меня на предприятии – от 25 до 35 тысяч.

– Откуда идут поставки сырья?

– Цукаты – из Италии. Искал другие варианты в Израиле, Турции, Китае, Южной Америке, но остановился на Италии. Там само происхождение плодов лучше. Какао-бобы – с лучших плантаций Ганы. Они выращены без пестицидов и химии. Наш шоколад сертифицирован «БИО Ecocert». Трюфели делаем из горького шоколада, свежих коровьих сливок. Для ароматизации применяем благородные крепкие напитки лучших производителей или натуральные экстракты растений. Подаем трюфели на японский манер, без шоколадной оболочки. Это называется нама, что означает «свежайший». Упаковка японская: «поглотитель кислорода» сохраняет продукт свежим без консервантов.

– Легко ли найти в России клиентов?

– Звонки и электронные письма здесь не действуют. Работает один подход: иди лично, стучи в дверь и говори: «Здравствуйте, дайте две минуты поговорить с закупщиком». А потом открыть коробку, дать попробовать и рассказать о продукте.

За вход в магазины никому не плачу.

Каждый раз, когда я хочу убедить нового клиента, я его приглашаю в одно из лучших кафе Москвы, где есть трюфели ручной работы и лучшие в столице цукаты. Ставлю на стол их продукцию и свои трюфели и цукаты и предлагаю пробовать. Проще продавать продукты, которые легко выдерживают любое сравнение.

В 2008 году я предпринял первую попытку открыть свою компанию.

Глазированные цукаты мы реализуем в различных магазинах. Планируем поставлять их в несколько торговых сетей. Они без жира, стоят в магазине 150 рублей за коробку в 110 грамм. Надеюсь, на них будет большой спрос.

Трюфели поставляем в ряд салонов. Дистрибьютором стала компания «Ла Маре» – ведущий поставщик эксклюзивных продуктов питания. За 25 лет работы мы у них первое российское предприятие, чью продукцию они решили поставлять в свои гастрономические бутики.

– Как скоро ваше предприятие будет приносить прибыль?

– Выход на прибыль я планирую не ранее 2017 года. На цукатах еще надеюсь заработать, а на трюфелях – нет. Они имидж торговой марки. Надеюсь, что со временем марка «Chocolatier D.Munger» станет узнаваемой в России.

– Нет в планах открытия собственного бутика?

– Нет. Это ни у кого не получилось: аренда съедает все.

Лучше попытаться реализовать свою мечту, чем потом сожалеть, что так и не сделал этого.

– Жена поддерживает вас?

– Ей не нравится бизнес. Она думает, что это рискованно. Моим сыновьям 13 и 8 лет. У нас нет своей квартиры, мы снимаем жилье. Но в то же время жена понимает, что лучше попытаться реализовать мечту, чем потом сожалеть, что так и не сделал этого.

– Появились у вас любимые места отдыха в Москве?

– Люблю парки, где мало людей. Мне нравится Ботанический сад.

– Москва – безопасный город?

– Я беседовал с девушкой, которая работала в посольстве Канады в Москве. Ей платят зарплату с повышенным коэффициентом 1,8. Как и в посольствах в Судане или в Афганистане, что соответствует самым опасным странам в мире. Но я вам скажу, что гулять поздним вечером по Москве безопасней, чем в Париже, Лондоне или Нью-Йорке. Я чувствую себя в Москве в безопасности. Езжу в метро, у меня ничего ни разу не пропало. А в первый же день в гостинице в Нью-Йорке у меня украли ноутбук...

– Что скажете иностранцам, которые собираются ехать на работу в Россию?

– Многие приезжают сюда «иностранцами» и не понимают, что если от них толку нет, то их и не задерживают. Но тем, у кого есть голова на плечах, хочу сказать: «Милости просим!» ■

Сначала я думал открыть дело в Канаде, но все-таки решил остаться в России.

*Итальянец **Франческо Россини** мечтает создать в Москве свой Дом моды*

Как фотограф модельером стал

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ВИКТОР ВАРЗАКОВ

С улыбчивым Франческо мы познакомились года полтора назад, встречаясь на различных мероприятиях. Этот всегда приветливый итальянец работал профессиональным фотографом. И когда мы впервые сидели в его квартирке у метро «Водный стадион», он с энтузиазмом показывал нам свои работы. Видно было, что увлечен человек любимым делом. Но теперь Франческо занят в Москве совсем другим, более прибыльным делом — он стал «своим» и в модельном бизнесе.

Фотографировать Франческо начал в детстве, в родном южно-итальянском городе Бари. Сын небогатых родителей, он «с младых ногтей» самостоятельно зарабатывал и коммивояжером, и поваром в ресторане... Но все-таки стал фотографом. Жить этой профессией можно, если ты стал признанным мастером или работаешь на серьезное издание. И Франческо поначалу зарабатывал свой хлеб съемками свадеб и юбилеев. А художественная фотография оставалась, увы, в основном для души.

А потом произошел один из тех счастливых случаев, которые резко меняют судьбы людей: на фестиваль культуры в Бари приехал русский хор. И Франческо познакомился с его певицей, артисткой музыкального театра. Итогом стало, что он вот уже шестой год живет в Москве. А их дочке три года.

Сын небогатых родителей, Франческо «с младых ногтей» самостоятельно зарабатывал на жизнь...

Смотреть видеоверсию интервью с Франческо Россини

ОПЕРАТОРЫ: АЛЕКСАНДР БАШИЛОВ, АЛЕКСАНДР ГАВРИЛОВ

Очень общительный и открытый к новым знакомствам итальянец в столице России не потерялся, а сумел войти в довольно узкий круг профессиональных свадебных фотографов.

Но была у него и другая большая мечта. Помню, при первой «домашней» встрече меня несколько удивил его внешний вид: в наглаженной рубашке с длинными рукавами и запонками, в модных строгих брюках. Потом я узнал, что это привычка, возведенная в принцип: «Где бы я ни был, с кем бы ни работал, всегда – только в костюме, при рубашке и галстуке».

При этом Франческо не просто следил за собой. Мода – его вторая страсть. Он сам шьет себе одежду. Даже покупая готовые костюмы, перекраивает их по собственному вкусу. И, по сути, занимается моделированием одежды.

Поначалу это было «только для себя». Но он всегда мечтал, что когда-нибудь создаст собственную коллекцию одежды и покажет ее публике.

Признаюсь, испытывая искреннюю симпатию к этому увлеченному и обаятельному человеку, я всегда выслушивал его планы с известной долей скептицизма. Модельеров одежды – известных и не очень – в Москве хоть пруд пруди. И пробиться в этот мир человеку со стороны, без серьезной финансовой поддержки, мягко говоря, сложно.

...И вот мы вновь сидим рядом и беседуем. Но теперь уже сам Франческо позирует фотографу и дает мне интервью. А беседуем мы в его собственном салоне свадебного платья на Нижегородской улице.

– Опять счастливый случай изменил судьбу?

– А вот и нет, – улыбается Франческо. – То, что я стал модельером – осуществление давно выношенной мечты. Хотя и тут мне неожиданно помогли несколько совершенно случайных встреч. Ну и объективные обстоятельства: эко-

Самое большое вложение было в маркетинг и рекламу.

Где бы я ни был, с кем бы ни работал, всегда — только в костюме, при рубашке и галстуке.

номический кризис, скачки курса российского рубля...

– То есть?

– Жизнь подорожала – свадеб стало меньше. И работы у меня резко поубавилось.

– Ну, женятся-то люди не реже...

– Конечно. Но «широкие» свадьбы с профессиональным фотографом играют не часто. А мне семью содержать надо...

В общем, заглянул я как-то в маленькое ателье неподалеку от дома, принес пару брюк на перелицовку. Там работали две портнихи, уже в возрасте, из Армении. Посмотрел я их работу и предложил посотрудничать: я тогда уже придумал и нарисовал свою первую коллекцию – линию мужских деловых жилетов.

– Жилетов?

– Да-да. Ведь работать весь день за столом в пиджаке не очень удобно. А летом еще и жарко. В то же время сидеть в одной рубашке – не всегда по протоколу. И жилет – удачный компромисс.

Портнихи согласились попробовать. Но первые десять жилетов они запороли, сделали не так, как мне

Мнение

Ольга Быкова,
дизайнер одежды, совладелец свадебного салона «Amore MiO»

Кризис влияет и на свадебный рынок России. Молодожены экономят. Прошли времена, когда достаточно было открыть салон и ждать клиентов. Теперь приходится адаптироваться под новые условия. Не всем это удается. И более жесткие условия работы отличают сегодня российский свадебный рынок от западного. Что же касается перспектив, то лично я оцениваю их как весьма положительные. Конкуренция и естественный отбор меняют к лучшему наши подходы к работе. Идет отсев слабых игроков. В бизнесе остаются сильные, креатив-

То, что я стал модельером — осуществление давно выношенной мечты.

хотелось... Зато уж одиннадцатый вышел очень даже неплохо!

А у меня уже мысли летели дальше: почему бы не сделать что-то и для женщин? И тут я опять же совершенно случайно познакомился с девушкой, москвичкой... Правда-правда, случайно! В метро. Увидел на ней красивый, элегантный пиджак, явно не из магазина. И выразил восхищение. Оказалось, она сама модельер. Она-то и пригласила меня на очередную CPM (Collection Première Moscow – крупнейшая в Восточной Европе выставка моды. – *Прим. авт.*). А потом помогла мне разработать женскую коллекцию и сшить ее. Трудились мы почти 8 месяцев...

– А на какие деньги?

– Жилеты я шил на свои сбережения. А женскую коллекцию свадебных и вечерних платьев отрабатывали уже под заказ. Найти заказчиков было непросто. Одно дело создать коллекцию, и совсем другое – представить ее потенциальным клиентам так, чтобы ее захотели приобрести.

Но труднее оказалось достать подходящие ткани...

– И где доставали?

– Все ткани – итальянские. Часть их и уже готовые свадебные платья, представленные в этом салоне, я купил в фирме, которая сворачивала дела в Москве. Другие ткани лич-

Эксперт

Реваз Дзамнашвили,
ведущий аналитик Центра маркетинговых исследований «Олимп»

Салонов свадебных платьев в Москве не менее 500. Учитывая, что ежегодно заключается порядка 100 000 браков, в среднем на один салон приходится продажа 200 платьев в год (16-17 в месяц). И имеющихся салонов должно хватать для удовлетворения спроса. Однако, учитывая дополнительных клиентов из регионов и зависимость от сезона (летние месяцы – пиковые), существующие салоны не всегда справляются. К тому же услуги тут часто предлагают

но отбирал в Италии. По ходу дела друзья из числа живущих здесь земляков познакомили меня с владельцами show-room на Старом Арбате. И те разрешили выставлять у них готовые экземпляры жилетов и платьев.

– Франческо, а что у тебя за визитная карточка генерального директора московской компании Sartoria Reale («Королевское ателье»)?

– Sartoria Reale – фирма по индивидуальному пошиву и продаже мужской одежды, основанная одним неаполитанцем. Шьют они в Италии на заказ. Генеральным директором меня назначили недавно. Я у них прежде всего отвечаю за мужскую одежду и обувь индивидуального пошива. Естественно, от меня ждут новых идей по дизайну, тканям. Кроме того, Sartoria Reale помогла мне приобрести те свадебные платья, о которых я говорил. Теперь мы партнеры. Они согласились со мной: мужчины мужчинами, но почему бы не одевать и женщин?

– И как ты успеваешь работать в двух местах?

– Для повседневной работы с клиентами у моих партнеров есть

менеджеры. А вот в своем свадебном салоне в Москве я пока тружусь один...

– Весь день здесь работаешь?

– Клиенты приезжают по предварительной договоренности. В большинстве своем они работают и освобождаются только по вечерам. Могут приехать и в 21 час. Так что домой я возвращаюсь к полуночи, а то и позже. Семью почти не вижу...

– И как к этому относятся дома?

– Нет! Продолжаю ею заниматься – по мере возможности. Без фотографии я, наверное, не смогу жить: она помогает мне поддерживать внутреннее равновесие. Признаюсь: в минувшую субботу снимал свадьбу...

– А много денег потребовалось на организацию своего салона?

– В данном случае немного: в пределах 300 тысяч рублей. Мы ведь частично использовали уже готовую коллекцию. Самое большое вложение было в маркетинг и рекламу. Все через интернет, через наш сайт. Ну и, конечно, через личные встречи с потенциальными заказчиками и клиентами.

Главное – быть очень терпеливым. Порой люди приходят по три-четыре раза и меряют одно и то же.

– Но ведь я все это делаю не только для себя, но и для семьи, чтобы жена и дочка жили лучше и спокойнее. Чтобы у них было будущее. Понятно, потом у дочери могут быть свои планы. Если ей понравится то, чем я сейчас занимаюсь, она это продолжит. А не понравится – будет строить жизнь самостоятельно.

– Фотография теперь отошла на второй план?

Кроме того, в ноябре прошлого года мы участвовали в конкурсе «Миссис Россия-2015», в рамках которого был организован показ 15 наших свадебных платьев. То есть мы продемонстрировали широкой публике то, что мы реально можем предложить.

– Были какие-то бюрократические сложности?

– Нет. Свадебный салон стал новым подразделением уже существовавшей фирмы Sartoria Reale. Ее сфера деятельности просто расширилась.

– А как ты попал на Нижегородскую улицу?

– Устал пользоваться чужим show-room на Арбате: все время и на все буквально приходилось спрашивать разрешение, обговаривать, когда я могу привести клиентов. Иногда я просто терял клиентов, потому что не мог принять их в удобное время...

В конечном счете с помощью итальянского приятеля, снимавшего здесь помещения, я обосновался тут. Здесь у меня салон, show-room и небольшая швейная мастерская. В общей сложности 150 квадратных метров. Арендная плата меня сильно не напрягает – примерно тысяча рублей за метр в месяц.

– Сегодня свадебных салонов в Москве довольно много. Конкуренция не мешает?

– Конкуренция большая. И тут выделяться нужно, прежде всего, умением обслужить – тем, как ты предлагаешь товар, как его продаешь, как работаешь с клиентом.

– Сложно работать с московскими клиентами?

– В нашем деле перво-наперво надо правильно определить, чего именно клиент хочет. А порой он и сам этого не знает. И ты должен его направлять, советовать, предлагать. Нельзя просто сказать, что платье красивое. Надо смотреть, хорошо ли оно сидит на конкретном человеке, идет ли оно ему. Тут главное – быть очень терпеливым. Порой люди приходят по три-четыре раза и меряют одно и то же. А мы терпеливо с ними работаем каждый раз, помогаем сделать правильный выбор.

– И сколько стоит заказать у тебя свадебное платье?

– Это зависит от модели: от 1 до 5-6 тысяч евро. Но можно и взять у нас готовое платье в аренду. Это обойдется в 20-25 тысяч рублей в день.

– А сколько клиенту приходится ждать выполнения его заказа?

– Свадебное или вечернее платье – это не классический деловой костюм. Работы с ними намного больше. Минимум 2-2,5 месяца.

– Итальянские модели свадебных платьев сильно отличаются от российских?

Есть у меня еще одна большая мечта — создать в Москве Дом итальянской моды.

Арендная плата по нынешним непростым временам меня сильно не напрягает.

– Только тем, что они итальянские. И пошиты итальянцами.

– А какие ткани пользуются сегодня в Москве наибольшим спросом?

– Конечно, шифон, шелк, атлас...

– Свадебные – понятно. А вечерние платья в Москве в ходу?

– Да! Русские женщины очень любят вечерние платья. Причем в любую погоду – при минус двадцати пяти зимой и в летнюю жару. В этом смысле у вас не существует сезонности. А уж любовь москвичек к тому, что называется итальянской модой, итальянским вкусом, известна.

– Свою заветную мечту ты успешно претворяешь в жизнь. Но, зная твою неуемность, боюсь, на этом не остановишься.

– Есть у меня еще один большой план: мечтаю создать в Москве Дом итальянской моды. Территорию, на которой молодые итальянские модельеры – талантливые, но не располагающие средствами, – могли бы получить возможность бесплатно реализовать свои идеи и показать их на подиуме. Хочу открыть им дверь, которая для меня когда-то, увы, была закрыта. Не скажу, где именно будет этот Дом итальянской моды, чтоб не сглазить. Но я уже присмотрел отличное помещение где-то на 700 квадратных метров!

– Но на такой проект, наверное, нужны серьезные деньги?

– А у меня уже есть некоторые соображения о том, как их можно заработать... ■

*Австралиец **Глен Баллис** покорил москвичей капустой с трюфелями и пармезаном*

Кулинарный успех с размахом

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

«Ради такого не грех набрать пару лишних килограммов», — говорят ценители о блюдах этого ресторатора. Что понятно. Ведь прежде чем в 2007 году возглавить в Москве кухню модного заведения «Недальний Восток», он 17 лет работал шеф-поваром в Австралии, Таиланде, Китае, Малайзии, Гваделупе и Великобритании. Теперь ***Глен*** *— совладелец и бренд-шеф известного в столице России ресторана Glenuill. Сегодня он расскажет, чем угощал Владимира Путина и как завоевал свою долю московского ресторанного рынка.*

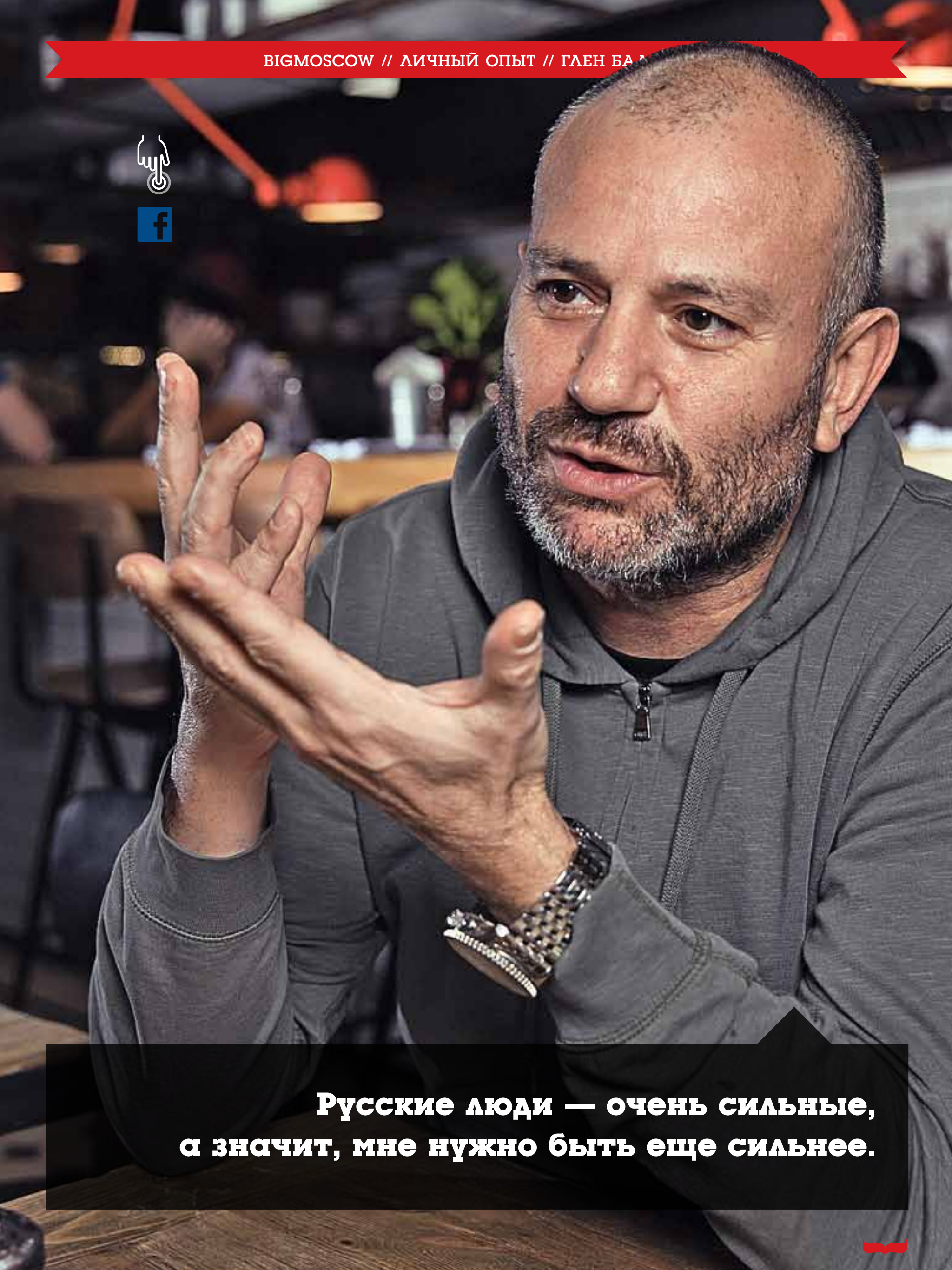
– Как вы попали в Россию?

– В 2006 году я работал в Лондоне. Мне позвонил друг и передал приглашение от российского ресторатора Аркадия Новикова потрудиться в Москве. В только создаваемый ресторан «Недальний Восток» требовался опытный консультант.

– И каково было первое впечатление о России?

– Я ждал, что будет холодно, но не думал, что в середине осени могут быть такие морозы. Правда, холодную погоду компенсирует душевность русских. Мне сразу понравилась Москва. Здесь царит дух свободы и предпринимательства. И я поразился, насколько много денег оставляют россияне в местных ресторанах. Нигде в мире не отдают за ужин или обед столь внушительные суммы.

Мне сразу понравилась Москва. Здесь царит дух свободы и предпринимательства.



Русские люди — очень сильные, а значит, мне нужно быть еще сильнее.

– Какие-то сложности возникли при открытии «Недальнего Востока»?

– Поначалу все всегда непросто. Задумка грандиозная: «Недальний Восток» должен был олицетворять все самое модное и популярное, что есть в самых известных ресторанах Европы, Америки, Азии и Австралии. По контракту я должен был отработать всего три месяца, но его продлили и я стал шеф-поваром. Трудностей хватало. Во-первых, не было в достаточном количестве качественных продуктов, а те, что были отменного качества, оказались дико дороги. Во-вторых, не хватало специалистов. Все повара преклонного возраста, а я искал молодежь, думая о будущем. У всех на кухне был небольшой опыт – 1-2 года. И никто не говорил по-английски. А я не знал русского.

Русские люди — очень сильные, соответственно, мне нужно было быть еще сильнее. Наверное, я не лишен педагогических способностей: многие из тех, с кем я начинал, стали шеф-поварами.

– Говорят, что повара сумками выносят с кухни продукты. Вы с таким не столкнулись?

– Нет. В ресторане были серьезные секьюрити. Они следили и за дорогой посудой, и за поварами.

– Откуда вам поставляли продукты?

– Покупали по всему миру. Например, тунца привозили из Китая, Японии, Америки. Я выбирал самую лучшую рыбу. Продукты были самые свежие, самолеты к нам летали каждый день.

– А кто были ваши посетители?

– «Недальний Восток» считался рестораном №1, его посещали только люди с большим достатком. Цены – запредельные. Но если тебе предлагают эксклюзивное блюдо, значит, оно того стоит. Специфика же заключалась в том, что богатые хотели быть окружены столь же со-

Владимир Путин мне сказал: «У России большое будущее. Не уезжайте, вам еще понравится».

Было два варианта: либо уехать из России, либо осуществить мечту — открыть свой ресторан.

стоятельными людьми. Я выступил было с инициативой готовить недорогие, но вкусные блюда. Пробовал жарить курицу в азиатском стиле или по-французски. Вкуснятина! Но ее возвращали: «Мы пришли в «Недальний Восток» не для того, чтобы есть курицу! Хотим попробовать экзотические блюда».

Бывало, мы готовили целого тунца, который весил под 200 килограммов. Официанты с трудом вдвоем выкатывали блюдо. И все для того, чтобы высокопоставленные посетители отрезали от рыбы самые лакомые кусочки около головы, где мясо наполнено жиром. Наслаждаясь деликатесами, люди не считали денег.

Первые 12 месяцев моего пребывания в России оказались очень напряженными. Я был недоволен работой и готов уехать в любой из дней. Но тут наш ресторан посетил президент Владимир Путин с супругой. Мы угощали их здоровенной рыбой барамунди, которая считается символом Австралии (ее еще называют «бара»). Открытая кухня расположена на ступень ниже пола в основном зале. И повара управляются с грилем, печью, тандыром и тэппаном у всех на глазах. Высокие гости тогда оценили барамунди и захотели поговорить с шеф-поваром. Аркадий Новиков представил меня президенту. Владимир Путин спросил: «Вам нравится в России?». Я сказал, что здесь непросто жить и работать такому человеку, как я. Потому что я не очень богат и мне все дается с трудом.

Россия приближается к мировым стандартам. И бизнес здесь все более понятен.

На что президент ответил: «У России большое будущее. Подождите, не уезжайте, вам еще понравится». Это была не первая моя встреча с Путиным. Раньше я видел его в Шанхае, где проходил саммит ШОС, объединяющей Казахстан, Киргизию, Китай, Россию, Таджикистан и Узбекистан. Тогда на ужине Владимира Путина попросили спеть. И я сказал: «Я вас помню по Шанхаю, вы там пели русскую песню». На меня он уже тогда произвел

Что касается моего партнера, то я ему верю как самому себе.

большое впечатление. Общаться с таким человеком большая честь.

– И вы последовали совету Владимира Владимировича? Но из «Недальнего Востока» ушли?

– Прошло семь лет, я истощился. У меня не осталось идей. К тому же мне осточертели гламур и высокомерие сановных персон. Мне хотелось развивать свой стиль, сделать акцент на простую и чистую по вкусу еду. Конечно, мне трудно было расстаться с Аркадием Новиковым. Он научил меня, как делать бизнес в России. Вместе мы открыли ресторан Roni, лапшичную Lucky Noodles, бар Mendeleev. Было два варианта: либо уехать из России, либо остаться и осуществить мечту – открыть свой ресторан, австралийское по атмосфере место, открытое и неприхотливое, где предлагалась бы еда на каждый день. Пока я стоял на распутье, познакомился с рестораторами Сашей Оганезовым и Уильямом Ламберти, которые и стали моими партнерами по ресторанам Glenuill, Zupperia и Honest. И мы начали работать вместе. Это было в 2013 году.

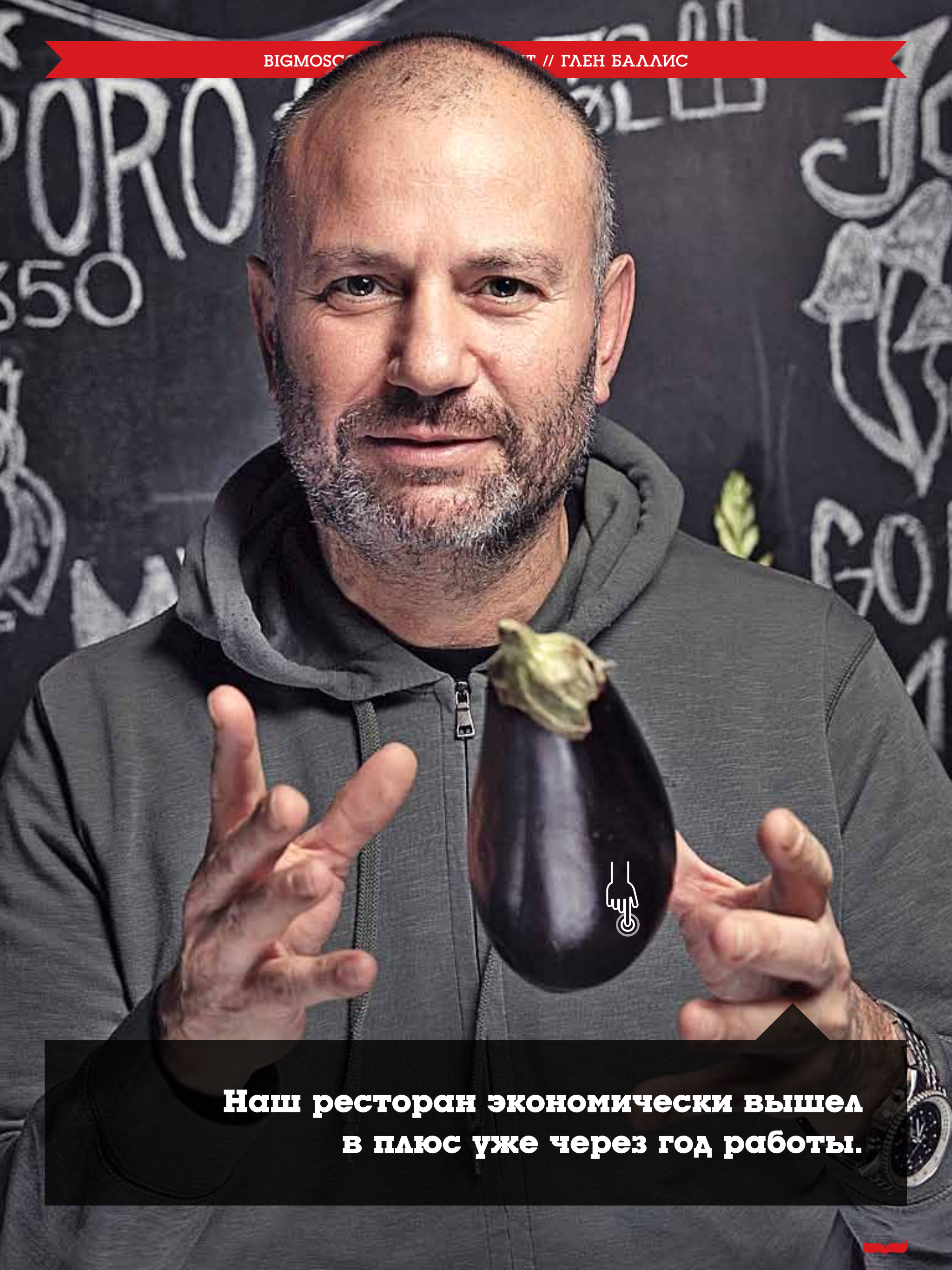
– В названии Glenuill вы соединили имена Глен и Уильям. Какую сумму пришлось вложить в проект?

Мнение

Нина Макогон,
основатель HR-агентства RABOTARESTORAN.RU

Ресторанный рынок Москвы переживает переломный момент, когда нужно удивлять и привлекать гостей чем-то необычным, учитывая себестоимость блюд, чтобы было выгодно бизнесу и вкусно гостям.

Если говорить о кадрах в ресторанном бизнесе, то сейчас спрос превышает предложение. Особенно это касается квалифицированных шеф-поваров с пониманием современных гастрономических тенденций, готовностью отдаваться работе на все 100%. В то же время на управленческий персонал спрос, наоборот,



Наш ресторан экономически вышел в плюс уже через год работы.

– Вместе мы вложили 18 млн рублей. И это была достаточно скромная сумма. Почти весь дизайн мы делали сами. Ничего не импортировали. Все материалы приобрели на месте. Изюминка Glenuill в том, что в нем практически нет ни одного нового предмета. 90% вещей в интерьере и почти вся посуда — винтаж. Вам могут подать блюдо как на советской тарелке, так и в деревенском глиняном горшочке. И сейчас мы с вами пьем чай из советских эмалированных кружек. *(Смеется.)*

Glenuill ничем не отличается от обычного прибрежного австралийского ресторана. Вся разница – за окном у нас не пляж и океан, а московское Садовое кольцо. Для такого ресторана важны три вещи: еда, атмосфера и штат. А штат у нас прекрасный. Тут работают 30 человек. Секьюрити нет. Я хорошо знаю всех этих людей.

– Сколько получают ваши работники?

– От 25 до 150 тыс. рублей. Самая большая зарплата – у шеф-повара.

– Как можно охарактеризовать вашу кухню?

– Микс! И полная эклектика. Ведь Австралия – многонациональная страна, соответственно и кухня смешанная, с греческими, итальянски-

Эксперт

Сергей Ерошенко,
владелец ресторана «Честная кухня», кафе и гастромаркета «Федя, дичь!»

Ресторанный рынок Москвы переживает период роста. Если вспомнить ресторанную индустрию еще несколько лет назад, то это были проекты про что угодно, но не «про поесть». Сейчас же регулярно появляются новые интересные концепции. В тренде небольшие уютные ресторанчики с простой и понятной «едой на каждый день». Многие заведения строят меню на локальном сырье. Шефы ищут продукты, которые были малоизвестны или непопулярны. Все хотят удивить гостя.

Если сравнивать российский ресторанный ры-

ми, ближневосточными и азиатскими корнями. Каждое блюдо вроде узнаваемо, но с совершенно новым звучанием. За основу берем привычные ингредиенты, но собираем необычные комбинации. Например, груши в беконе на гриле, салат с финиками и фетой или картофель фри с трюфелем и пармезаном. И цены у нас достаточно демократичные, средний чек – 1500 рублей.

– А насколько велика арендная плата? Говорят, в Москве это большая проблема.

– За площадь в 85 кв. метров мы ежемесячно платим 500 тыс. рублей. У нас 45 посадочных мест. Раньше были рестораны, где могли разместиться и 150, и 200 гостей. Сейчас более распространены небольшие ресторанчики с арендной платой в 400–420 тысяч рублей в месяц.

Публика у нас в Glenuill разная. Днем это средний и рабочий класс. А вечером это и менеджеры, и дизайнеры, и художники, и музыканты, и студенты. Летом к нам очередь. И чтобы людям было комфортно ждать, мы ставим во внутреннем дворике, в саду, теннисные столы, где можно поиграть в пинг-понг.

– Сложно было найти постоянных поставщиков продуктов?

– Прямых контактов с фермерами у нас нет. Я или шеф-повар ходим на рынок и выбираем овощи. Мясо закупаем на рынке или в агропромышленном холдинге «Мираторг». Когда я начинал в Москве, ни один повар не брался готовить из местного мяса. Но теперь оно на порядок лучше. Раньше и сыры нам привозили из-за границы, а сейчас – с Кавказа, их производит итальянский сыродел по уникальным технологиям. Чтобы найти лучшее молоко, он четыре месяца колесил по Кабардино-Балкарии, Адыгее и Дагестану. И нашел место с лучшим климатом, горными лугами и чистейшей водой.

Я считаю, что санкции во многом пошли на пользу России, стимулировали производство своей продукции.

– А на ваш бизнес повлияли введенные Россией антисанкции?

– Нам важны три составляющие. Первая – это стабильность. Например, когда вы приходили в ресторан день назад и было блюдо из моркови. Это блюдо должно быть и сегодня, и завтра, пока есть спрос. Вторая составляющая – качество. А третья – разнообразие блюд. Сейчас, конечно, не самое лучшее время для бизнеса. Но мы приспособились. И у нас те же блюда, то же качество и разнообразие.

– Как скоро ресторан стал приносить прибыль?

– Наш ресторан экономически вышел в плюс уже через год работы.

– Используете рекламу?

– Рассказываем о нашем ресторане только в соцсетях, в Инстаграме.

– А что скажете о конкуренции?

– Любой ресторан нам конкурент. И их много. Но я столько энергии трачу, чтобы предложить людям качественную и свежую еду, чтобы все работники вовремя получили зарплату, что у меня просто не остается сил и времени следить за конкурентами...

– Российские партнеры надежные?

– Я ни разу не попадал в ситуацию, когда бы кто-то стащил у меня

Для ресторана важны три вещи: еда, атмосфера и штат.

деньги или обманул. Но я всегда настороже. И никаких проблем у меня не возникало. Если я чувствую себя некомфортно – просто ухожу, и все. Что касается моего нынешнего партнера Саши Оганезова, я ему верю как самому себе. Мы с ним сошлись во вкусах. Нам нравится один и тот же стиль – и в интерьере, и в еде. Поэтому нам легко творить вместе.

– Изменилась ли Россия за годы, что вы здесь живете?

– Восемь лет назад это была совсем другая страна. Молодым было очень трудно пробиться. А сейчас я вижу огромное количество молодых людей с прекрасным образованием, со знанием языков. И это вселяет оптимизм.

– Пытались учить русский?

– Да. И у меня был учитель. Но занятия требуют времени. Я же часто прихожу в ресторан в десять утра и ухожу в десять вечера. У меня один выходной в неделю, и хочется его провести с семьей. Бизнес дает деньги, но главное – вот это! *(Показывает фотографию жены и дочери.)*

– Что в дальнейших планах?

– Мы с партнером собираемся открыть два новых ресторана и пекарню. В Москва-Сити – ресторан в японском стиле, а на Патриарших прудах – пекарню и ресторан, который будет в том же стиле, что и Glenuill.

– То есть закрепляетесь в Москве?

– Мне 50, и нужно место, где я буду счастлив. Я это место нашел и ничего менять не хочу.

– Какие советы вы бы дали иностранцам, подумывающим открыть свой бизнес в России?

– Нужно ехать сюда, общаться с людьми и понять, насколько это специфическая страна. Здесь не все просто. Но Россия все больше приближается к мировым стандартам. И бизнес здесь становится все более понятным. ■

investmoscow.ru
Единый
инвестиционный
портал Москвы

Настало время руспатов

*Немец **Михаэль Гермерсхаузен** уверен, что иностранцы всегда найдут выгодное дело в России*

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР МОХОВ | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

***Михаэль Гермерсхаузен** — управляющий директор рекрутинговой компании Antal Russia и признанный эксперт в сфере подбора менеджеров высшего и среднего звена для ведущих мировых компаний. Под его руководством Antal Russia стала одной из лидирующих рекрутмент-компаний на территории СНГ. И, наверное, лучше него никто не знает, стоит ли сегодня иностранцам ехать жить и работать в Москву.*

После падения Берлинской стены владелец международной рекрутинговой компании Antal Энтони Гудвин решил активно продвигаться на Восток. Первый офис своей компании в Восточной Европе он открыл в Бухаресте (столица Румынии). А следом, в 1994 году, появился московский офис, который начал работу в самой обычной квартире, где стояла двухэтажная кровать: внизу были разложены материалы о клиентах, а наверху – о кандидатах на вакансии...

– Antal Russia быстро заняла лидирующие позиции в сфере подбора персонала среднего и высшего управленческих звеньев в России и других странах СНГ, – *рассказывает Михаэль Гермерсхаузен.* – Точной статистики нет, но за 20 лет с помощью нашей компании работу нашли более 10 000 человек. При этом за последние 12 лет лично я участвовал в процессе трудоустройства не менее 400 менеджеров...

Бизнес-стратегия господина Гудвина оказалась вполне успешной. И в 2008 году он выгодно продал московский офис Antal. Причем приобрести его тогда хотели сразу несколько компаний с мировым именем. Сегодня Antal Russia владеет крупный инвестиционный фонд Bregal Capital, который еще ни разу не пожалел о своем приобретении стоимостью в несколько десятков миллионов евро.

Помогать в России людям в поиске достойной работы, а компаниям в подборе хороших специалистов – вполне доходный бизнес. Поэтому из обычной квартиры Antal Russia давно перебралась в респектабельный офис в центре Москвы. А число сотрудников этой компании уже перевалило за сотню, и рассредоточены они на двух этажах.

О МИХАЭЛЕ ГЕРМЕРСХАУЗЕНЕ

Почему этот проект оказался успешным?

Во-первых, Antal Russia стала одной из первых международных компаний, пришедших на кадровый рынок России.

Во-вторых, она удержалась, когда в 1998 году в РФ грянул дефолт и многие из конкурентов ушли. Кризис 2008 года компания пережила уже легче. Более того, она открыла представительства на Украине и в Казахстане. Офис Antal Russia появился недавно и в Казани (столица

Компания Antal Russia сотрудничает с партнерами во всем мире.

Республики Татарстан в составе Российской Федерации), а в планах компании – прийти и в другие российские регионы.

Компания Antal Russia сотрудничает с партнерами во всем мире. И Михаэль считает, что работу в Москве можно сравнивать с работой пекинского офиса Antal. Открылись они практически одновременно, в них трудится примерно одинаковое количество сотрудников, и масштабы их работы сопоставимы. За год московский и пекинский офисы трудоустраивают около 800 менеджеров. К тому же менталитет российских и китайских соискателей, по мнению Михаэля Гермерсхаузена, в чем-то схож. Но существенно отличается от менталитета европейцев: последние более осторожны в выборе новой работы.

Повсеместное развитие интернета сделало рекрутмент быстрым и удобным. Подбирать кандидатов на вакантные должности можно десятками разных способов. А ведь когда-то сотрудники Antal Russia все делали только с помощью факса: получали резюме кандидата, отправляли его клиенту, вели бесконечные телефонные переговоры...

Изменился не только стиль работы сотрудников Antal Russia. Изменилась сама психология ведения бизнеса в России. Михаэль вспоминает рассказ одной кандидатки, которую в начале 2000-х он трудоустроил директором по персоналу в крупное совместное предприятие. Под конец года русский директор в роли Деда Мороза (российский эквивалент Санта-Клауса) принес в офис мешок подарков в виде денежных бонусов и поручил ей раздать запечатанные конверты. Все было настолько непрозрачно, что ее это шокировало. А когда все раздали, в мешке осталось $10 000, и ни-

Первый офис компании Antal Russia в Москве появился в 1994 году.

Сегодня изменилась сама психология ведения бизнеса в России.

кто не понял, чьи же они! Не меньшим шоком для иностранки стала просьба одного из сотрудников выплачивать ему зарплату не официально, а «в конверте». Оказалось, он не хотел платить алименты...

– Сегодня большинство крупных компаний в России работают прозрачно, платят налоги и не практикуют серых схем, – *рассуждает Михаэль Гермерсхаузен*. – Конверты, конечно, если где-то еще и есть, то в малом и среднем бизнесах.

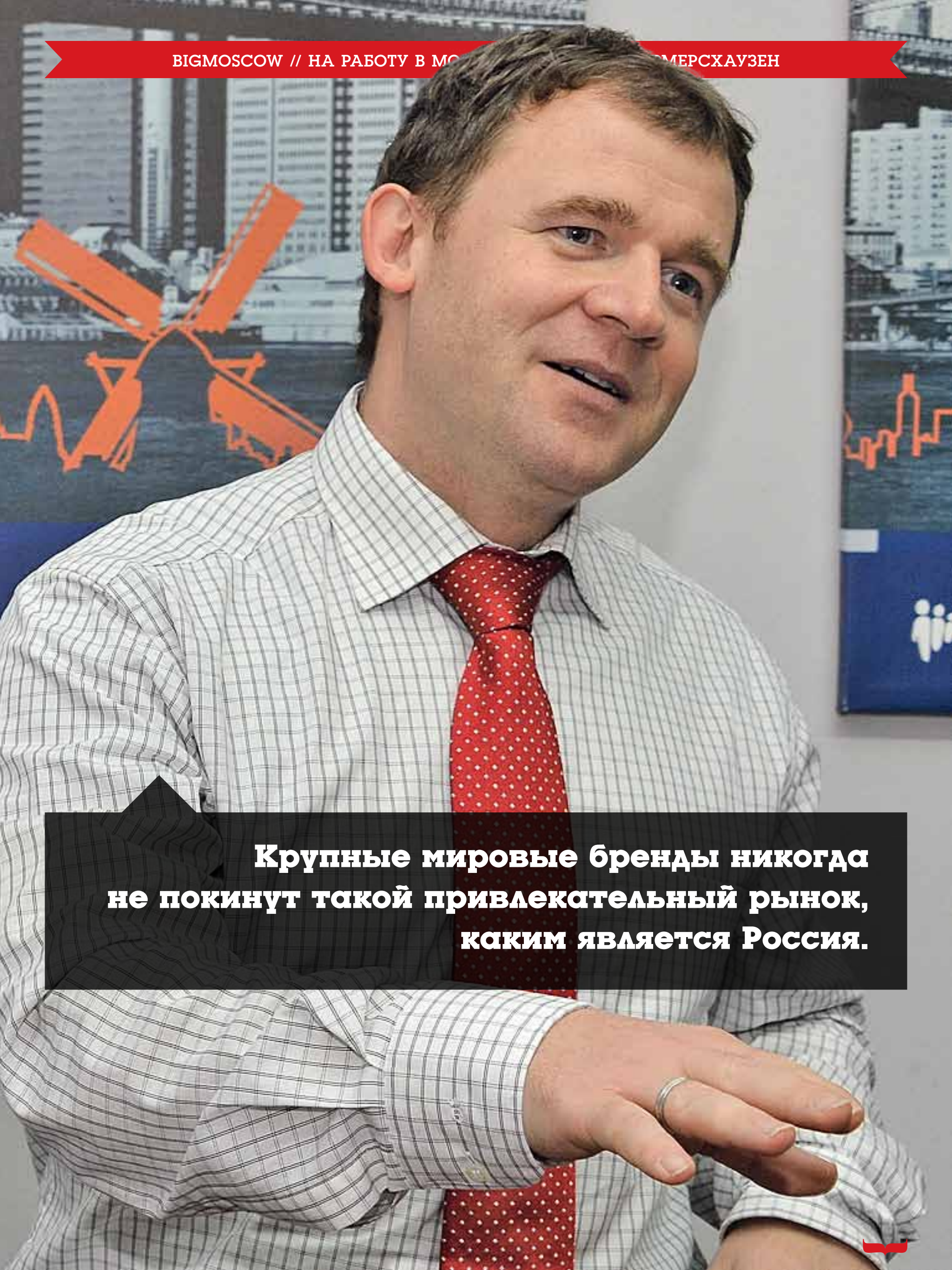
Большая часть клиентов Antal Russia – солидные международные компании, которые приходят в Россию работать абсолютно прозрачно. Вопреки мнению, сложившемуся на Западе, процесс этот хоть и приторможен, но не свернут. Михаэль Гермерсхаузен уверен, что крупные мировые бренды никогда не покинут

такой привлекательный рынок, каким является Россия и окружающее ее постсоветское пространство.

Так что с наступлением очередного кризиса Antal Russia даже персонал сокращать не пришлось. Потому что заказов по-прежнему хватает. Требуются специалисты самых разных категорий – от генерального директора до офис-менеджера. И почти 100 процентов из них россияне.

– Выбирать здесь уже есть из кого, – *рассказывает Михаэль.* – По нашей статистике, почти каждый третий россиянин сегодня находится в поиске более престижной и высокооплачиваемой работы.

Хотя господин Гермерсхаузен не скрывает, что поначалу им было трудно. Приходилось массово привлекать специалистов из других стран, поскольку был дефицит некоторых профессий. Поэтому в 1990-х годах в международных компаниях работало большое количество иностранцев. Но затем наступило время



Крупные мировые бренды никогда не покинут такой привлекательный рынок, каким является Россия.

кадровой локализации, когда имеющиеся вакансии заполняются в основном россиянами.

Михаэль считает, что это естественно. Выросло качество профильного образования в российских вузах. Начинающие менеджеры закалились, приобрели опыт и теперь способны работать не хуже западных коллег. Местный менеджер все чаще оказывается эффективней приезжего. Ведь он более сведущ во многих тонкостях.

Немаловажный фактор – зарплатные ожидания. Михаэль рассказывает, что до 2008–2009 года толковых менеджеров со знанием иностранного языка и опытом работы среди российских соискателей не хватало. Поэтому они диктовали уровень зарплат. Да и сам уровень зарплат менеджеров высшего и среднего звена ежегодно рос на 7–15%. Кризис сломал эту тенденцию. Число претендентов на каждую вакансию увеличилось, и диктовать условия стали работодатели.

Михаэль приводит свежие данные исследования, проведенного Antal Russia: по итогам 2015 года рублевые зарплаты менеджеров высшего и среднего звена в России выросли на 6,5–7%. Это ниже уровня инфляции. Не говоря уже о резкой девальвации рубля. При этом проведенный Antal Russia опрос руководителей 200 российских и международных компаний, работающих в РФ, показал, что в 2016 году увеличение зарплаты в рублях у них будет примерно таким же. Это уже заложено в их бюджеты.

ОБ АССОЦИАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Из-за обвала курса рубля обороты большинства представленных в России международных компаний в 2015 году снизились. И новых рабочих мест в прошлом году было создано мало. Все это привело к оттоку из России западных менеджеров, получающих рублевые зарплаты: ведь на их родине они «похудели» вдвое.

Иностранных специалистов привлекает в России 13-процентный подоходный налог.

О компании
Antal Russia

В ушедшем году Antal Russia устроила на работу около 700 человек, и иностранцев среди них было не больше десяти. Так что эпоха экспатов (иностранных наемных работников) в России ушла.

Но Михаэлю хочется верить, что не безвозвратно. Кстати, тех иностранных специалистов, кто даже в ушедшем кризисном году приехал работать в Россию, по-прежнему привлекает 13-процентный подоходный налог. В той же Германии, по словам Михаэля, он получал бы на руки немногим больше 50% своей зарплаты. В России – 87%.

И это не единственный привлекательный фактор. Главное – это огромное окно возможностей, которое открывает Россия, где в отличие от Европы есть где развернуться, начав с нуля. Не случайно иностранцы так активно интересуются сегодня темой российского импортозамещения, особенно в сельском хозяйстве: в портфеле заказов Antal Russia все больше специалистов именно в этой области.

Поэтому сворачивать свой бизнес в России компания не намерена. В 2015 году число сотрудников Antal Russia даже выросло на 10%. Компания надеется прийти и в госсектор. Например, рекрутинговые компании в Австралии более половины своего оборота обеспечивают за счет поиска эффективных менеджеров для госструктур. В России запрещено подбирать чиновников с помощью рекрутинговых компаний, но Михаэль думает, что рано или поздно ситуация изменится. А рубль поднимется следом за ростом цен на нефть. Тогда вернется и время экспатов.

Себя же Михаэль называет «руспатом».

Руспаты, по его словам, это иностранцы, пустившие в России корни. Женившиеся здесь, родившие детей. И, как многие москвичи, уезжающие по выходным на дачу. Дача у Михаэля в 50 километрах от города, и он выращивает там овощи, фрукты, ягоды... А зимой он катается на лыжах. Этот сезон, кстати, он открыл на Эльбрусе. По пятницам же управляющий директор играет вместе со своими сотрудниками в хоккей на Патриарших прудах.

Москву Михаэль считает достаточно агрессивным городом. Он предпочел бы работать здесь, а вот жить – в более спокойном и интеллигентном Санкт-Петербурге, где прошла его студенческая молодость. Но он понимает, что так не получится. А потому старается находить маленькие радости и в бурлящей день и ночь российской столице. И замечает, что Москва в последнее время меняется. Например, на встречи с некоторыми клиентами он ездит не на машине, а на велосипеде. Говорит, что это очень удобно. ■

Российский рынок очень перспективен

*Марокканцы **Хассан Деббар** и **Рашид Эль Аараби** расширяют бизнес в столице РФ, несмотря на санкции и кризис*

ТЕКСТ: СТАНИСЛАВ КОМАРОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

*Марокканец **Хассан Деббар** — президент, генеральный директор и акционер компании Cartier Saada. Продукция его компании хорошо известна в Москве. А успешно торговать консервированными оливками и абрикосами в России ему помогает «правая рука», земляк и партнер, владелец компании-импортера «Арт-Лоджистик Трейдинг» **Рашид Эль Ааараби**, который живет в Москве с 1994-го, а сотрудничает с «Картье Саада» с 2013 года. Сегодня **Хассан и Рашид** рассказывают обозревателю BIGMOSCOW о своем бизнесе в Москве.*

В Москве чувствую себя в большей безопасности, чем в других городах мира.

– Сколько лет вашему бизнесу?

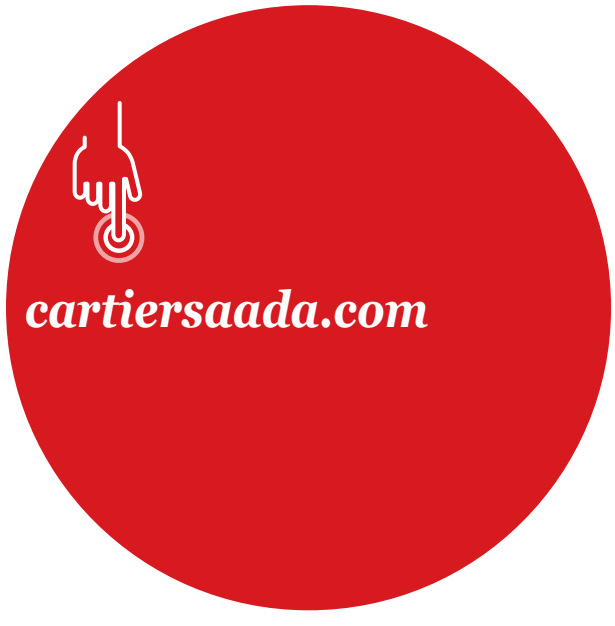
Хассан Деббар:

– В 1947 году французы Шарль (Charles) и Адриан Картье (Adrien Cartier) основали в Марракеше – на мой взгляд, самом красивом городе Марокко – свое предприятие. Тогда появлялись первые цеха по упаковке фруктового варенья. А с 1948 года компания Cartier Saada стала специализироваться на консервировании фруктов и овощей (оливки, абрикосы и т.д.). Этот год и стал годом рождения нашей компании. Теперь мы выпускаем более 10 000 тонн оливок и абрикосов в год.

– И как выглядит процесс сбора и переработки оливок и фруктов?

– В начале июня у нас собирают абрикосы. И отправляют на наши заводы. Для сохранения свежести и органолептических свойств их перерабатывают в тот же день. Моют и режут вручную перед тем, как уложить в банки строго по кругу. Благодаря такому стилю укладки создается особенный внешний вид содержимого. В сиропе или в собственном соку абрикосы хранятся в банках различного типа – как для промышленного изготовления кондитерских изделий, так и для домашней выпечки.

А сезон сбора оливок наступает в начале осени. В это время в плодах исчезает горьковатый вкус. Их тоже моют, тщательно прополаскивают и погружают в рассол. Благодаря обработке они приобретают нужную текстуру и цвет (зеленый блестящий или вяленый черный), а также сохраняется их утонченный вкус. Затем оливки упаковывают в банки разной емкости в зависимости от их размера, наличия или отсутствия косточки.



– По меркам вашей страны у вас большое предприятие?

Мы возим сюда классические оливки и знакомим россиян с марокканскими рецептурами.

– По производству консервированных абрикосов Cartier Saada занимает первое место в Марокко, а по оливкам – второе. Компания большая и может себе позволить поддерживать несколько социальных и спонсорских проектов. Например, мы интегрируем в нормальную жизнь, обучаем и принимаем на работу слабовидящих и слепых людей по программе «Читать всем». Финансируем футбольный клуб «Кавкаб Марракеш». Являемся спонсором Бахии Мухтассин (Bahia Mouhtassine), которой первой среди теннисистов арабского мира удалось попасть в финальную сетку турнира «Ролан Гаррос» (Roland Garros).

– А как выглядит структура управления вашей компании?

– Мы котируемся на бирже, являемся акционерным обществом, все решения принимает совет директоров, членом которого я являюсь. Одновременно я выступаю как генеральный директор, президент и акционер компании.

– Экономические связи Марокко и СССР, а впоследствии России, всегда были обширны. Как давно ваша компания вышла на российский рынок?

– Поиски партнера в России мы начали почти десять лет назад. Надо понимать, что в основном наше производство ориентировано на экспорт. 95% продукции мы продаем за рубеж, и только 5% идет на внутренний рынок. Поставки ведем в 26 стран мира в Северной Америке, Европе, Африке, на Ближнем Востоке. Сейчас выходим на рынки Юго-Восточной Азии. В Москве первые наши торговые операции состоялись в 2008 году. А в 2014-м мы смогли значительно увеличить продажи в России.

Бизнесмены играют огромную роль в сближении разных стран и народов.

– Рашид Эль Аараби – ваш официальный представитель. Что скажете о его работе?

– Он акселератор всех наших бизнес-процессов в Москве. Наш российский «движок».

По производству консервированных абрикосов Cartier Saada занимает первое место в Марокко, а по оливкам — второе.

– Сколько продукции вы сейчас поставляете в Москву?

– Начинали мы когда-то всего с двух контейнеров ежемесячно, а сейчас заметно нарастили и продолжаем наращивать продажи. Отправляем товар из Марокко сначала морским путем, а дальше по железной дороге. Подавляющая часть продукции – это оливки и маслины. Но мы постоянно расширяем ассортимент: уже поставляем еще и консервированные абрикосы, каперсы, лимоны, марокканские салаты-антипасти и артишоки.

– И где именно распространяется ваша продукция?

Рашид Эль Ааараби:

– В Москве мы работаем с крупными торговыми сетями. Это, например, «Х5», «Перекресток», «Глобус Гурмэ», «Бахетле». Поставляем свою продукцию и в известные столичные рестораны с восточной кухней, и в магазины, торгующие аутентичными товарами из разных стран, а также в небольшие столовые и кафе национальной кухни. Москва – основной потребитель нашей продукции. Но мы также продаем свою продукцию и в Санкт-Петербурге. И конечно, мы стремимся наладить поставки в другие регионы России.

– А сколько сотрудников работает в вашем представительстве в российской столице?

– Только оливками и маслинами в Москве занимаются 10 человек. Они работают с сетевым ретейлом. А еще у нас два склада в ближайшем Подмосковье.

– Россия сегодня под санкциями. Но Королевство Марокко тем временем все активнее налаживает бизнес с РФ. Полагаю, не без помощи госструктур обеих стран?

Хассан Деббар:

– Основная продукция, которая идет из Марокко в Россию, – сельскохозяйственная. Фрукты, овощи. Также Марокко поставляет в Россию

Москва — основной потребитель нашей продукции. Но мы стремимся наладить поставки и в другие регионы России.

рыбу. Регулярно проводятся встречи на уровне минсельхозов наших стран. Марокканские бизнесмены находятся в очень плотном контакте с Россельхознадзором. Идет постоянный диалог об увеличении квот нашего экспорта на российский рынок. И ситуация меняется к лучшему. Вы, наверное, знаете, что сейчас готовится визит короля Марокко Мухаммеда VI в Россию. И если король сюда приедет, то обсуждаться будет весь спектр межгосударственных вопросов: и экономика, и политика, и культура.

– Как часто вы бываете в Москве?

– Я все чаще приезжаю сюда. И не только на выставки. Даже жена начала волноваться. *(Смеется.)* Наш бизнес в России растет. Надо помо-

Для нас Россия — это стратегический партнер.

гать Рашиду расширять ассортимент поставляемых продуктов, решать многие вопросы. Москва – замечательный, очень живой, красивый город. Я себя здесь очень хорошо чувствую. А мне есть с чем сравнивать: Северная Америка, Европа и Россия – это как раз моя зона ответственности. Из-за постоянных командировок я нахожусь за границей чаще, чем в Марокко. В Москве же чувствую себя в большей безопасности, чем в других городах мира.

– Вам удается где-то побывать, кроме деловых встреч?

– С удовольствием хожу по известным ресторанам Москвы. Недавно обедал в «Царской охоте», одном из первых заведений Аркадия Новикова. Очень понравилось! Люблю пробовать новые блюда. Русская красная и черная икра, конечно же, вещь очень вкусная, но помимо нее у вас подают к столу немало других замечательных закусок. В России такая богатая земля! К сожалению, за границей знают только икру.

А известный ресторатор Аркадий Новиков, кстати, – партнер нашего Большого фестиваля Марокко в Москве. В этом году мы проводим этот фестиваль уже во второй раз. Представляем самые лучшие продукты из нашей страны. Такое партнерство для нас очень важно – знаковые люди на московском рынке помогают продвигать нашу продукцию. На днях мы обсуждали с Рашидом идею проведения в Москве яркого кулинарного шоу с очень известным марокканским шеф-поваром Рашидом Агури (Rachid Agouray). Он работает в легендарной гостнице La Mamounia в Марракеше. Думаю, привезем его на третий фестиваль Марокко.

– Участие в подобных фестивалях и шоу требует немалых трат. Кто финансирует эти мероприятия?

– Сейчас различные ассоциации бизнесменов обсуждают с правительством Марокко рекламный и маркетинговый бюджет на 2016 год. У нас помощь государства в продвижении сельхозпродукции на внешние рынки очень существенна. И для нас Россия – это стратегический партнер. И очень перспективный рынок. Россия импортирует порядка 80 000 тонн оливок в год. В основном из Испании. Пока наша доля в этом импорте невелика. Но если мы успешно работаем в других странах, почему не развивать свой бизнес в России? Тем более когда с обеих сторон действует режим наибольшего благоприятствования деловой активности.

– Есть какие-то особенности работы на российском рынке?

Мне нравится, как меняются московские дворы, парки. Они стали очень ухоженными.

Рашид Эль Аараби:

– Мы два года вели подготовительную работу – обсуждали рецептуры оливок, которые могут понравиться российскому потребителю. В итоге мы возим сюда классические оливки, но одновременно знакомим россиян и с марокканскими рецептурами. Постоянно расширяем ассортимент. Начали поставлять оливки и маслины в вакуумной упаковке. Прислушиваемся и к пожеланиям сетей, мнениям специалистов, адаптируемся под вкусовые предпочтения российских потребителей.

– Как давно вы в России? Откуда знаете русский язык?

– Я приехал в СССР еще в 1988 году. Учился в Ереване, столице тогда Армянской ССР. Получил высшее образование по специальности «электромеханика». Потом поступил в аспирантуру в Москве. Но жизнь сложилась так, что работаю в торговле. Постоянно живу в Москве. Здесь и моя семья. В Марокко остались только родные.

– Что-то вас удерживает в Москве?

– Здесь моя работа, мой быт и быт моей семьи. Приезжая в Марокко, я стал замечать: когда говорю там с людьми, задумываюсь о чем-то и перехожу на русский. Даже не замечая этого. А собеседники на меня смотрят с удивлением: «Что ты сказал?»

– Как вы проводите свободное время?

Поиски партнера в России начались почти десять лет назад.

– Время? Как и все москвичи, я в основном провожу его в «пробках». *(Смеется.)* По утрам и вечерам. А самые любимое мое времяпрепровождение – с семьей.

– Вы приехали в нашу страну много лет назад. Москва сильно изменилась?

– Да. И мне нравится, как меняются московские дворы, парки. Они стали очень ухоженными, чистыми, в них появились яркие игровые площадки для малышей.

– Сложно ли вести бизнес в России?

– На мой взгляд, проблема России заключается в том, что у нее очень большая территория. Я это ощущаю по работе с региональными клиентами. Чтобы нормально вести дела, надо постоянно общаться. А они – за тысячи километров, и, когда в Москве день, у них уже ночь... Но у нас есть предложения о сотрудничестве даже из самых дальних регионов России. Недавно, к примеру, мы заключили договор о поставках на Сахалин.

– Существуют ли в Москве какие-то объединения марокканских предпринимателей?

– Да. Начала работу ассоциация «Марокканский дом». Официальное ее название Центр дружбы и культуры Королевства Марокко. И я являюсь ее президентом. Хотелось бы, чтобы это объединение стало полноценной ассоциацией марокканских бизнесменов в России. Ведь бизнесмены играют огромную роль в сближении разных стран и народов.
И мы хотим при помощи марокканцев, живущих и работающих в России, создать экономический блок, способный помогать предпринимателям из Марокко организовывать свой бизнес в России, опираясь на знания и опыт тех, кто уже успешно здесь работает. ■

www.jethunter.net

Уверенный взлет

Как россияне создали уникальную по принципам работы площадку JetHunter для заказа частных самолетов

ТЕКСТ: НАДЕЖДА БОБКОВА | ФОТО: JETHUNTER

В марте стартапу JetHunter исполнился год. За это время детище россиян ***Артура Абаджяна*** *и* **Сергея Пономаренко** *не просто «встало на ноги», «засветилось» в российском Forbes, но и вышло на зарубежные рынки. JetHunter — сервис для заказов частных самолетов. Причем клиент и оператор взаимодействуют здесь, минуя посредников. Компанию называют «убером» (Uber — известная интернет-система заказа такси) для авиации. Но ломать существующую модель рынка создатели JetHunter, по их словам, не собираются...*

– У нас не было задачи сделать Uber для бизнес-авиации и ликвидировать брокеров, *– поясняет исполнительный директор компании Артур Абаджян.* **– Мы исходили из проблем операторов и клиентов и предложили им решения. Ведь интернет развивается в сторону peer-to-peer технологий, когда услуги предоставляются одним лицом другому через некую платформу. Бизнес-авиация – одна из отраслей, которые, с одной стороны, должны находиться в лидерах технологического развития, а с другой – работают в консервативном режиме. И первое, что мы сделали, был B2C-продукт – тот самый JetHunter, который позволяет клиентам напрямую бронировать рейсы у операторов.**

Отсутствие посредников (и их комиссий) снижает цену для клиента на 10-20%.

Для заказчика все просто. Как купить билет на регулярный рейс, заполнив поля «куда», «откуда», «дата» и «количество человек». Сделал – и жди предложений. Среднее время отклика – 5 минут. При этом владельцы самолетов делают ставки, ориентируясь на конкурентов. Так удается снизить цену примерно на 5-8%. А если добавить отсутствие в цепочке посредников (и их комиссии), то конечная цена для клиента получается ниже уже на 10-20%. Заказчик также может «прогуляться» по салону выбранного самолета при помощи виртуального тура, уточнить пожелания по кейтерингу и любые другие особенности перелета.

Когда сделка заключена, авиаоператор выплачивает 3,5% от ее суммы сервису. Средний чек – 30- 35 тыс. долларов. Примерный доход можно подсчитать, ориентируясь на общее число проведенных аукционов (на конец января – больше 3 тысяч).

– Операторы не всегда понимают, насколько их цена «в рынке». Мы же дали им возможность разумно оптимизировать стоимость и выиграть заказ. Им выгоднее работать, чем простаивать. Ведь авиация – бизнес низкомаржинальный, нередко работающий «в ноль».

Чтобы донести плюсы новой площадки до перевозчиков, недостаточно было знать рынок и его особенности (а Артур 8 лет работал в «Аэрофлоте», Lufthansa, Austrian, Korean Air). Стартаперы обзванивали операторов, ездили на личные встречи, вкладывались в рекламу. Что характерно, стоимость одного клиента оказалась сравнительно небольшой – менее 50 долларов. Тем не менее вскоре компания заработала кредит доверия. И если в октябре 2015-го в базе сервиса было около 100 партнеров, то на конец января 2016-го – больше 400 (всего в мире около 3 тысяч авиаоператоров). Но дело не только в финансовой выгоде, а и в отношении.

С октября 2015 г. до января 2016 г. количество партнеров сервиса выросло со 100 до более 400.

– Каждую заявку мы проверяем. Автоматически сравниваем возможность и логичность указанных данных, маршрута. Звоним клиенту, удостоверяемся, что он реален и понимает, что такое бизнес-авиация и сколько это стоит, а не ищет билет на обычный самолет.

Личного в JetHunter вообще много. Начать хотя бы с вложений. Запускали сервис полностью на свои деньги – порядка 5 млн рублей. Первый инвестор появился только в марте (к началу мая подписали договор). Им стала бизнес-ангел из Израиля Мириам Юдович.

– Ей импонирует авиация. И она любит технологичные продукты, которые меняют манеру потребления. А в нашем случае, говоря о B2C-продукте, мы все-таки ближе к Uber для бизнес-авиации, что интересно. Это был жест веры в наш проект.

Второй раунд инвестиций состоялся в октябре: в компанию вложились ее же клиенты. И дела идут неплохо: оборот за 2015 год составил 1,5 млн евро. Сервис не вышел на самоокупаемость, но Артур говорит, что этого в планах пока и нет.

– Мы движемся согласно нашим ожиданиям. Наша unit-экономика поможет нам выйти на самоокупаемость не по схеме стандартного онлайн-сервиса (когда в проект закачивают большие бюджеты, а потом несколько лет их отбивают). У нас экономика достаточно позитивна, и увеличивая продажи, мы скоро выйдем в операционный ноль.

Сейчас площадка участвует в новой инвестиционной кампании, рассчитывая на масштабную экспансию на внешние рынки – Ближний Восток, Европу, США и Азию. Но прежде всего интересует американский рынок.

– В США – 50% мирового рынка бизнес-авиации. И мы знаем, что нужно там потребителю и как действовать. В США любят новые технологии, велика ликвидность. И ментальность такова, что люди готовы пробовать новые продукты.

Важно и то, что мировой рынок в этой сфере не стагнирует. С момента запуска в JetHunter отмечали влияние кризиса — оно сказывалось на снижении числа заявок. Но когда с сентября стартаперы попробовали себя на зарубежных рынках, то отметили, что падение на 30-40% в России не отражает общее положение дел в мире. РФ занимает не более 3% от глобального рынка. Поэтому нужно выходить на зарубежье. А все, что связывает проект с Россией – технологи-

ческая команда, 15 человек, на ее территории.

Экспансия на мировые рынки открывает новые перспективы, но и грозит сложностями.

– На американском рынке у нас уже есть конкуренты – это успешные компании. Но у них всех разные модели. JetHunter же работает в формате аукциона и больше заточен на новые технологии. У всех таких компаний есть сильные и слабые стороны. А конкуренция – всегда хорошо.

Как рассказал Артур, в компании сейчас идет работа над созданием нового B2B-продукта, который позволит улучшить взаимодействие между брокерами и операторами. В нем бизнес-модель станет другой. Т.е. изгонять посредников с рынка никто не пытается. Но снизить их долю, повысить эффективность и привнести какие-то другие усовершенствования в сам процесс – такое в планах уже есть. ■

Интервью с инвестором стартапа JetHunter Мириам Юдович

Бизнес-идеи в России всё привлекательней

*Израильтянка **Мириам Юдович**, бизнес-ангел JetHunter, обдумывает вложения в другие российские проекты*

ТЕКСТ: НАДЕЖДА БОБКОВА | ФОТО: ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА

***Мириам Юдович**, бизнес-ангел из Израиля и инвестиционный банкир компании Migdal Capital Markets, стала первой, кто поверил в стартап JetHunter и поддержал его. В самой компании рассказывают, что это ее первая венчурная инвестиция, в основном она работает на рынке ценных бумаг, валютных биржах, хотя ранее была экспертом в принятии решений для многих фондов. Мы решили узнать, чем ее привлек рожденный в России новый сервис по аренде бизнес-джетов.*

– Мириам, почему вы решили инвестировать в российский стартап? Решение не выглядит очевидным, учитывая конъюнктуру рынка...

– Нельзя не видеть, что российский рынок за последние несколько лет сделал большой шаг в сторону инновационности. В России есть множество великолепных предпринимателей, которые ищут все возможные способы для развития и экспорта, продвижения своих технологий и своих продуктов на преуспевающие рынки. Следовательно, сейчас самое время, чтобы идти деньгами именно в Россию.

– А чем вас привлек стартап JetHunter? Может, у вас есть какие-то свои подходы к отбору проектов, достойных вложений?

– Да, в бизнесе я руководствуюсь правилом трех «t» — команда, технология и сроки (team, technology and timing). JetHunter отвечает всем трем критериям.

– О какой сумме инвестиций идет речь? И в каком формате они были выделены?

Сейчас самое время, чтобы идти деньгами именно в Россию.

– Моя поддержка этого стартапа сводилась к предпосевным инвестициям в том их формате, который принят на Западе. Однако сумму на данном этапе я пока не раскрою.

– И когда вы рассчитываете получить отдачу от своих вложений?

– Молодым, начинающим компаниям, как правило, требуется много лет, чтобы развиться и достичь успешных масштабов или, к примеру, выйти на IPO (первая публичная продажа акций. – *Прим. ред.*). Я верю, чтоJetHunter добьется значительных темпов роста в ближайшие годы. Но точнее сказать пока не могу.

– Нынешняя стратегия компании отвечает вашим ожиданиям? Вы каким-то образом оказываете влияние на ее управленческую политику?

– Как держатель акций я могу отчасти помогать компании в управлении, однако это не мой основной бизнес. Как я уже говорила, один из моих ключевых критериев для инвестирования — это исключительная команда. Ведь именно такой я могу полностью доверить определение вектора движения бизнеса. Сейчас она успешно развивается, а я только помогаю ей своей сетью контактов, чтобы максимизировать прибыль.

– Стартапы, которые интегрируют традиционные индустрии и IT-инновации, выглядят очень многообещающими. Как вы думаете, технологии смогут изменить существующие рынки? В сфере той же авиации и авиаперевозок, к примеру?

– Я считаю, что в данный момент JetHunter создает на самом деле новый рынок, которого прежде просто не существовало. И этот новый рынок более доступный и удобный, чем был прежде, быстро растет и достойно вознаграждает работающих в нем.

Уверена, что инновации вообще провоцируют появление новых пото-

Я руководствуюсь правилом трех «t»— команда, технология и сроки (team, technology and timing).

ков доходов в тех индустриях, где в последнее время было мало технологичных прорывов и новых решений. Так что, по сути, изменение заключается в том, чтобы при помощи технологий максимально приблизить клиента к желаемому продукту.

– Как, по-вашему, может ли JetHunter столкнуться с той же проблемой, с которой в свое время Uber: помните, как он вызвал поток негодования на рынке? По вашему мнению, авиация готова к серьезным изменениям, к принципиально новой модели потребления?

– Разумеется, этот проект, как и любой другой, вполне может столкнуться с трудностями его восприятия. И все-таки мне кажется, что авиационный рынок готов к переменам, да и вообще перемены к лучшему, более удобному для потребителей и операторов рынка – это именно то, к чему мы все стремимся. Не секрет, что эта индустрия в последнее время стагнировала, а JetHunter может привести в действие основные движущие силы, чтобы заметно увеличить трафик. И таким образом, его появление на рынке будет выгодным для большинства игроков.

– А вы сами пользовались этим сервисом?

– Хотя платформа JetHunter успешно работает и развивается, показывая исключительные результаты, у меня самой пока не было шанса ей воспользоваться. Но это в моем личном списке обязательных дел.

– Вы будете инвестировать в другие российские стартапы?

– Я это сейчас очень серьезно обдумываю. Но пока не могу и не буду раскрывать все свои карты. Это бизнес.

– А расскажите, пожалуйста, про другие компании, в которые вы уже вкладывались. Каковы их истории?

– Истории успехов очень схожи и одновременно различны в каждом конкретном случае. Рецепт примерно такой: комбинация огромной страсти с выдающимися умениями и ноу-хау в отдельно взятой индустрии.

Проекты, которые меня обычно привлекают, как правило, созданы на основе простых, но при этом глобальных и очень технологичных идей. За ними всегда стоит большой рыночный потенциал. Иначе не бывает. ■

...О стартапе JetHunter

Малый бизнес как национальная идея

Управляющий партнер компании «Актавест» ***Александр Иерусалимов*** *говорит о перспективах своего дела в России*

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: «АКТАВЕСТ»

О малом и среднем бизнесе и о том, в каких именно областях и как иностранцу реализовать идею об открытии своего дела в России, обозреватель BIGMOSCOW беседует сегодня с управляющим партнером компании «АКТАВЕСТ» **Александром Иерусалимовым.** Наш собеседник является также заместителем председателя Комитета по управлению имуществом и энергоэффективности Московского отделения общероссийской общественной организации «Опора России» и имеет 12-летний опыт практической работы в сфере недвижимости.

– Развитый и эффективный малый и средний бизнес, по общему мнению, – основа стабильной и устойчивой экономики любой страны. Как сегодня обстоит дело с этим важнейшим сегментом экономики в России?

– Сегодня в структуре экономики Российской Федерации малый и средний бизнес занимает от 10% по самым пессимистичным до 20-25% по оптимистичным оценкам. То есть его доля в России еще мала и он не может достойным образом позитивно влиять в целом на экономику, обеспечивая ее стабильность и рост.

– То есть все беспросветно и плохо?

– Как раз наоборот! 10%, как я уже говорил, это очень и очень мало для любой страны. А уж тем более для такой огромной, как Россия. Но этот ничтожный процент, в первую очередь, значит, что у нас налицо про-

В РОССИИ НАЛИЦО КОЛОССАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА.

сто колоссальные возможности роста и настоящего прорыва в деле развития малого и среднего предпринимательства. Именно об этом, кстати, шла речь на предпринимательском форуме общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «Опора России», который прошел в Москве 19-20 января 2016 года. И не случайно мы назвали форум «Малый бизнес: национальная идея?». Знак вопроса, по-моему, только подчеркивает важность проблемы.

– И к каким заключениям и выводам пришел форум?

– В форуме приняли участие более 1500 экспертов: предприниматели из десятков регионов, лидеры региональных отделений «Опоры России», представители муниципальной власти, главы субъектов РФ, министры федерального правительства и лично президент Владимир Путин. Обсуждение актуальных для бизнеса проблем вылилось в принятие конкретных решений. Итогом общения представителей бизнеса с Владимиром Владимировичем Путиным стал выход в свет конкретного Перечня поручений президента, касающегося нормативно-правового изменения регуляторики сферы малого и среднего бизнеса.

– Речь идет о «свете в конце туннеля»?

– Если все пойдет так, как задумывается, – безусловно. Власти России обратили самое серьезное внимание на нужды предпринимателей. Малый и средний бизнес

ВЛАСТИ РОССИИ ОБРАТИЛИ САМОЕ СЕРЬЕЗНОЕ ВНИМАНИЕ НА НУЖДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ.

в России получает реальные возможности для роста и развития с учетом реализации многочисленных мер, о которых говорили и сами предприниматели, и представители власти разных уровней, и президент Путин, и премьер Медведев.

– Это, видимо, ощутят на себе и иностранцы, занимающиеся в России малым и средним бизнесом? Как вы оцениваете участие иностранного капитала в развитии малого и среднего предпринимательства в России сегодня?

– Изменения к лучшему, по задумке, должны ощутить на себе все предприниматели. Для того все и делается. Ведь предложения и пожелания от бизнесменов будут внесены и в проект Стратегии развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 года.

Понятно, что любой капитал – неважно, иностранный он или чисто российский, – это прежде всего сочетание факторов стремления заработать и риска. Кто-то скажет: жадности и страха. Но в любом случае предприниматели пытаются что-то предлагать потребителям: товары или услуги. И предлагая то, что пользуется спросом, стремятся заработать. Легально. Законно. С гарантией. А потребителю в основном не важно, кто именно владелец бизнеса: гражданин России или иностранец. Главное, чтобы была приемлемая по сопоставлению с получаемым качеством цена. Поэтому работу в России иностранных предпринимателей можно только приветствовать. А как же иначе?

В МОСКВЕ И ДРУГИХ РЕГИОНАХ УЖЕ РАБОТАЕТ СИСТЕМА ТАК НАЗЫВАЕМОГО «ОДНОГО ОКНА».

Рынок нашей гигантской страны велик и по-настоящему привлекателен. При явном избытке потребительского спроса на зачастую что-то самое обычное и доступное. Поэтому хотелось бы, чтобы больше становилось тех, о ком пишет ваш журнал, – иностранных предпринимателей, смело берущихся за организацию своего дела в России и добивающихся успеха.

– А в чем схожесть и отличия привлекательности малого и среднего бизнеса в нашей стране и в развитых странах Америки, Европы и Азии для потенциальных и реальных иностранных инвесторов?

– На сегодня, чтобы заниматься бизнесом в России, и малым бизнесом в частности, все-таки требуется огромное терпение и мужество. Потому что с этим связано множество неформальных издержек и отношений. И как предприниматель я хотел бы, чтобы ни чиновники, ни кто и ни что другое не могли волюнтаристски мешать нормальным бизнесменам ни при каких обстоятельствах и ни под каким соусом.

Ведь, к примеру, если я захочу заниматься малым бизнесом – допустим в Словении (например хочу открыть там маленькую клубную гостиницу), – то это подразумевает, что, купив патент на право занятия предпринимательской деятельностью, я таким образом решу все свои проблемы. А наняв толкового местного бухгалтера, к тому же решу проблемы с бухгалтерским и налоговым учетом. И смогу сосредоточиться собственно на бизнесе как таковом. И буду

УСПЕШНЫМИ БУДУТ НАУКОЕМКИЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.

думать только о том, как и с кем мне конкурировать, какие занавески купить, какое меню предложить гостям, какую развлекательную программу и так далее. В России же пока все много сложнее...

Именно поэтому сейчас в повестку дня поставлены вопросы, которые должны нормализовать ситуацию. В Москве и во многих других регионах уже работает система так называемого «одного окна», упрощающая процесс регистрации и легализации малого и среднего бизнеса, приблизившая его к мировым нормам.

Несмотря на все проблемы, достаточно много предпринимателей в России продолжают мужественно заниматься бизнесом. Открывают свое дело. А инициативы «Опоры России», например, по налоговым каникулам, инвестиционным налоговым кредитам, налоговым льготам для тех, кто занимается малым бизнесом на сегодняшний день, – основное направление и основное пожелание от бизнеса. Чтобы предприниматели имели четкие, понятные, простые схемы налогообложения, чтобы эти схемы были предсказуемы и не менялись. И чтобы администрирование налогов и самого бизнеса было бы не обременительным и не враждебным.

– Каковы, на ваш взгляд, основные точки приложения сил и перспективные области для иностранных инвесторов в малый и средний бизнес в нашей стране?

– На самом деле их не счесть. По всей России. В самых различных сферах – от

СЕГОДНЯ В РОССИИ АКТУАЛЬНЫ ИНВЕСТИЦИИ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРОЕКТЫ.

производства до оказания услуг. Надо только знать, где именно и что именно стоит предложить. Но мне лично кажется, что с учетом возможностей чисто российского, местного потенциала успешными будут наукоемкие инновационные производственные предприятия. Это могут быть венчурные проекты, проекты, связанные с IT-технологиями, с разработкой программного обеспечения.

Второй сегмент, который наверняка может заинтересовать иностранцев, – сельское хозяйство. Сегодня в России актуальны инвестиции в агропромышленные проекты. Это в связи и с санкциями, и с известными ограничениями на импорт продовольствия, и с серьезными инвестициями и субсидиями в область агропромышленного комплекса. Иностранцы совместно с российскими фермерами, помогая им, конкурируя, могут получить хорошую возможность для развития бизнеса в России.

– А как, по вашему мнению, иностранцу реализовать идеи об открытии своего дела в России? С чего начинать?

– Первый шаг – найти местного партнера. Без той структуры или без человека, которые сопровождали бы вас в России, дальнейшее движение становится рискованным. Это как если бы вы пришли в джунгли и вас нужно было бы проводить к цели. Вы, может, и вышли бы самостоятельно, но это стало бы неким случайным, маловероятным результатом. Ведь скорее всего вы просто заблудились бы.

ЗНАНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА НЕ ЯВЛЯЕТСЯ КАКОЙ-ТО ОСТРОЙ НЕОБХОДИМОСТЬЮ.

Второй шаг – оценить емкость рынка и потенциал для своего бизнеса с учетом знаний местного партнера, доступа уже к внутренней информации. Потому что оценка рынка и перспектив всегда крайне важна.

Третий шаг – создание с местным партнером операционного бизнеса, который был бы дееспособным. А это значит поиск конкретных сотрудников, которые могут ваш бизнес вести. Если нет обученных, подготовленных, мотивированных людей, которые будут реализовывать поставленные вами задачи, ничего не получится.

Что касается знания русского языка, то я уверен, что это не является какой-то острой необходимостью. Местный партнер как раз и будет, по сути, тем переводчиком, в том числе и языковым, который позволит снять этот барьер. ■

www.startalk.ru

Учить — дело выгодное

*Партнер школы Star Talk **Екатерина Чегнова** делится опытом организации образовательного бизнеса в Москве*

ТЕКСТ: ЕКАТЕРИНА ЧЕГНОВА | ФОТО: STAR TALK

***Екатерина Чегнова** — сооснователь известной в Москве и весьма популярной сети школ иностранных языков Star Talk (ООО «СТАР ТОК»). Она же академический директор этого образовательного учреждения. Вместе с партнершей (однокурсницей по вузу) Екатерина прошла путь от наемного преподавателя иностранного языка до совладелицы собственного бизнеса. Сегодня она делится с читателями BIGMOSCOW опытом и знаниями о том, как организовать свое дело в сфере образования.*

... О Екатерине Чегновой

Первоначальный капитал — от 300 000 (аренда офиса 4-6 комнат за 2 месяца, закупка мебели, создание сайта, продвижение, печать визиток и листовок).

Ежемесячные расходы — 150 000.

Доход в месяц — от 300 000 минус налог от 6% при УСН.

Окупаемость — от полугода.

Чистая прибыль в последующие месяцы — от 100 тысяч.

Я решила начать с достаточно усредненных основных цифр (в российских рублях) типового бизнес-плана (которых сегодня пруд пруди в интернете) открытия небольшой частной школы иностранных языков. Эти цифры, конечно же, могут быть большими или меньшими в зависимости от места расположения школы, ее близости к основным транспортным развязкам и магистралям, накладных расходов (или их отсутствия) и т.д., и т.п. В любом случае могу под-

---

ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ОБЯЗАТЕЛЬНО СЛЕДУЕТ ОПРЕДЕЛИТЬСЯ С ФОРМОЙ СОБСТВЕННОСТИ ВАШЕГО ДЕЛА.

твердить: интерес к изучению иностранных языков у россиян огромен. И бизнес в этой сфере, если им заниматься серьезно, перспективен. Вам интересно?

Тогда начать следует с того, что, организуя бизнес в России, его, прежде всего, необходимо зарегистрировать в налоговых органах. А для этого обязательно определиться с формой собственности вашего будущего дела: работать как юридическое лицо или как ИП (индивидуальный предприниматель).

Форма ИП, конечно, хороша для новичков. Она позволяет оказывать клиентам услуги на платной основе, арендовать помещения, нанимать персонал, но... Вы не сможете выдавать своим выпускникам сертификаты, а ваша деятельность с точки зрения закона окажется лишь консультативной, но не образовательной. Вам будут недоступны корпоративные клиенты. И официально вы окажетесь лишь специалистом по иностранным языкам, а не их преподавателем.

Когда в 2006 году мы с партнершей начинали на этом рынке наемными преподавателями в небольшой частной школе, ее правовой формой была ИП. Тогда практически любой преподаватель мог стать ИП с лицензией.

Столь благоприятное законодательство России позволило открыть большое количество частных школ в Москве и по всей стране. Но затем получить лицен-

С 2013 ГОДА В РОССИИ ЧАСТНЫЕ ШКОЛЫ ЛЮБОЙ ПРАВОВОЙ ФОРМЫ МОГУТ ПОЛУЧИТЬ ЛИЦЕНЗИЮ.

зию даже дипломированным педагогам стало сложнее...

Как бы там ни было, но в 2009 году мы с однокурсницей решили открыть собственную школу. Но нас было двое (два равноправных партнера), и мы не могли оформить ИП на одно имя. Мы доверяли друг другу. Но в вопросах бизнеса лучше изначально продумывать и неблагоприятные сценарии. Поэтому мы организовали свое дело по самой распространенной тогда форме для малого бизнеса – общество с ограниченной ответственностью. С 50% долей участия каждой из нас. И зарегистрировали ООО «СТАР ТОК» (Star Talk), открыли расчетный счет в банке. Сами, без посторонней помощи. Но спустя месяц мы поняли существенный недостаток ООО – эта форма не давала нам, как и в случае с ИП, возможность получить лицензию на образовательную деятельность. Мы задумались, как изменить правовую форму компании (с ООО на некоммерческую организацию) и остаться при этом на плаву. Ведь суммарная стоимость открытия НОУ (негосударственного образовательного учреждения), услуг бухгалтера, получения лицензии – за гранью бюджета нашего стартапа...

ЧТО ТАКОЕ НОУ?

Поэтому, чтобы ваша школа по действующим сегодня в России законам сразу стала полноценным образовательным учреждением, вам следует регистрировать НОУ (негосударственное образовательное учреждение). Это позволит получить лицензию на осуществление образовательной деятельности. Такой документ оформляется в территориальном органе образования. И чтобы его получить, нужно предоставить определенный набор документов (полный список уточняется в самом органе). Это обычно документация, связанная с помещением, квалифи-

ЛИЦЕНЗИЯ ПОМОЖЕТ ВЫЙТИ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ ДОВЕРИЯ СРЕДИ КОРПОРАТИВНЫХ И ЧАСТНЫХ КЛИЕНТОВ.

кацией преподавателей, качеством учебных методик и планов и т.д.

К счастью, в конце 2013 года в России приняли поправки к федеральному закону о том, что частные школы с любой правовой формой имеют возможность получить лицензию на осуществление образовательной деятельности. Это отличная новость! Но, к сожалению, процесс получения лицензии не стал проще, и требования к лицензиату в лице мелкой частной школы, на мой взгляд, до сих пор завышены.

Я думаю, что сегодня в России для получения лицензии на образовательную деятельность лучше всего воспользоваться помощью специализированных юридических фирм. Но не стоит путать получение лицензии с ее незаконной «покупкой» (подобными предложениями сегодня пестрит интернет). Это неминуемо приведет к повторным проверкам и выявлению фальсификата.

В августе 2015 года мы обратились в специализированную юридическую фирму и сейчас находимся на финальном этапе оформления лицензии (уже получили 90% необходимых разрешений). Мы верим, что получение лицензии поможет нам выйти на новый уровень доверия среди корпоративных и частных клиентов.

Весомый довод в пользу оформления лицензии – возможность для ваших клиентов вернуть свой НДФЛ (налог на доходы физических лиц – прямой федеральный налог в России) с уплаченной за образование суммы (а это 13%). Эти деньги людям возвращает государство. Социальный налоговый вычет по расходам на обучение предоставляется только при наличии у образовательного учреждения лицензии или иного документа, подтверждающего статус образова-

РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИИ ПЕРЕНАСЫЩЕН И ЯВЛЯЕТСЯ ВЫСОКОКОНКУРЕНТНЫМ.

тельного заведения. И это существенное конкурентное преимущество.

Говоря о конкурентах и рынке образовательных услуг в целом, можно смело утверждать, что в России он перенасыщен предложением и является высококонкурентным. Вы можете найти поставщика услуг на любой вкус, в любой ценовой категории.

Ценообразование в каждом конкретном случае зависит как от региона страны, так и от специфики образовательного учреждения (преподают ли у вас носители языка, например).

Скажем, стоимость 1 академического часа (45 минут) на занятиях иностранными языками в Москве сегодня в рублях РФ такова:

– Русскоязычные преподаватели: от 700 руб. (педагогами выступают студенты 3-4-х курсов профильных вузов) до 3000 руб. (преподают педагоги со стажем).

– Преподаватели иностранцы – носители языка: от 1500 руб. до 3000 руб. за один ак. час.

– Занятия по Скайпу: от 300 до 1300 руб. за один ак. час.

– Стоимость обучения в онлайн школах (занятия по интернету): от 300 руб. до 2000 руб. за ак. час индивидуально или в группе.

– Курсы при вузах: от 800 до 2000 руб. за ак. час.

Чтобы выжить в конкурентном окружении и не демпинговать, необходимо самое большое внимание уделять качеству предоставляемых услуг.

Красивое оформление учебных центров, современный сайт и профессиональное продвижение, несомненно, обеспечат больший приток

КАК ОФОРМИТЬ ЛИЦЕНЗИЮ?

«САРАФАННОЕ РАДИО» — КОГДА ЛЮДИ ПЕРЕДАЮТ ДРУГ ДРУГУ ИНФОРМАЦИЮ — ВЫЗЫВАЕТ В РОССИИ БОЛЬШЕ ДОВЕРИЯ, ЧЕМ ПРЯМАЯ РЕКЛАМА.

потенциальных клиентов. Опытные менеджеры по продажам, скорее всего, сделают вам план и обеспечат высокий средний чек. Но важно понимать, что это лишь первый и самый некритичный для клиента этап. Ведь он пришел за знаниями. И если останется довольным, то начнет работать всем известное в России «сарафанное радио» (когда люди передают друг другу информацию о чем-то), которое вызывает больше доверия, чем прямая реклама. Плюс, даже в случае временного прекращения обучения, довольный клиент сам вернется к вам при первой возможности.

На этапе становления бренда не стоит забывать про PR: публикации, бесплатные мероприятия, розыгрыши призов от партнеров. Наличие у школы бесплатного сектора (для инвалидов, ветеранов, представителей социально незащищенных слоев населения и т.п.) добавляет авторитет бренду. Бесплатные мероприятия не обязательно должны быть связаны с образовательной деятельностью (открытые уроки, кинопоказы на языке и пр.), это могут быть хоть мастер-классы (по красоте, путешествиям, виноделию). Старайтесь везде находить партнеров и обмениваться аудиториями. Это очень полезно.

В заключение хочу отметить, что рынок образовательных услуг в России перспективен и динамично развивается даже в условиях кризиса. Ведь необходимость изучения иностранного языка осознают и оптимисты, и пессимисты. Первые верят, что все стабилизируется, и не желают менять привычный ритм жизни (фитнес, кафе, курсы иностранных языков), а вторые подумывают уехать из страны (и срочно начинают подтягивать язык).

Желаю всем нам удачи и здорового оптимизма! ■

Star Talk
(ООО «СТАР ТОК»)

www.knightfrank.ru

Нюансы недвижимости

*Что надо знать иностранцам? Рассказывает **Вячеслав Холопов**, партнер консалтинговой компании Knight Frank*

ТЕКСТ: ОЛЬГА СЕНАТОРОВА | ФОТО: KNIGHT FRANK

На рынке индустриальной и складской недвижимости и промышленной земли России принятые иностранными (и не только) инвесторами решения порой приводят не к доходам, а к убыткам. Серьезные ошибки допускают даже бизнесмены с богатым опытом работы в разных странах. О том, как избежать нежелательных потерь в этой сфере, на конкретных примерах рассказывает ***Вячеслав Холопов*** *— партнер, директор складской и индустриальной недвижимости известной международной консалтинговой компании Knight Frank.*

СИТУАЦИЯ

1

Крупный международный девелопер складской недвижимости решил выйти на российский рынок. Компания задумала приобрести несколько земельных участков в Московской области и, опираясь на колоссальный опыт работы по всему миру, сразу строить объекты «под ключ» и сдавать их в долгосрочную аренду. Однако у иностранцев возникли серьезные сложности в получении разрешительных документов на строительство. Потратив почти два года (!) на попытку самостоятельно согла-

НЕЛЬЗЯ НЕ УЧИТЫВАТЬ СПЕЦИФИЧНОСТЬ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА.

А все дело в том, что иностранцы не учли сложность и специфичность российского законодательства и взаимодействия с бюрократией. Одними из самых важных факторов успеха им казались налаженные связи с администрацией региона и собственный опыт. А незнание законного порядка, норм и правил привело к существенным проблемам. Компании едва не пришлось отказаться от своих планов в России. Все закончилось хорошо. Потому что россий-

СИТУАЦИЯ

2

Крупный международный холдинг подыскивал помещение для аренды в Московской области. Компания остановила свой выбор на недостроенном складском комплексе, расположенном на первой линии автодороги, недалеко от федеральной трассы. Все пункты предварительного договора аренды были согласованы к взаимному удовлетворению сторон. Но для начала работы арендатору необходимо было закончить прокладку внутренних инженерных сетей и настелить в здании полы. Однако с этим возникли проблемы. И реализация проекта была приостановлена. В итоге арендатор не смог использовать помещение. И ему пришлось тратиться дополнительно на поиски нового помещения.

ТРУДНОСТИ ВОЗНИКАЮТ, ЕСЛИ ВСЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН НЕ ЗАКРЕПЛЕНЫ ДОКУМЕНТАЛЬНО.

Профессиональная практика ведения деловых переговоров позволяет избежать подобных неприятностей. Специалисты-консультанты уточнят все возможные аспекты в разных документах, чтобы защитить клиента от любых неожиданностей и потерь. Кроме того, я бы обязательно рекомендовал арендаторам иметь запасной вариант на случай проблем с достройкой или ремонтом здания, коммуникаций или подъездных путей.

В контракте об аренде на этапе строительства обязательно должны быть прописаны существенные штрафные санкции за срыв договоренностей. Но даже притом что арендатор получит назад депозит и компенсацию за несоблюдение сроков договора, из-за простоя он все равно понесет существенные потери. Поэтому важно знать предысторию интересующего вас недостроя, познакомиться с принимающими решения лицами, постоянно контро-

СИТУАЦИЯ

Азиатская компания, обслуживающая грузоперевозчиков и грузообработку на территории России, участвовала в тендере на предоставление услуг логистического аутсорсинга. Когда сделку заключили, компания стала подбирать складской комплекс для нового клиента. Контракт на аренду был заключен с крупным игроком российского рынка, который завершал строительство складского блока в московском регионе. Однако возникли задержки в получении свидетельства о собственности на построенное здание. Из-за этого компания-оператор заняла помещения с существенной задержкой и была вынуждена выплатить крупный штраф поклажедателю...

ЗАКЛЮЧАЯ ДОГОВОР АРЕНДЫ В НЕДОСТРОЕ, НАДО ЗНАТЬ, ЧТО СРОК СДАЧИ ОБЪЕКТА МОГУТ НЕ СОБЛЮСТИ.

Иностранным компаниям, которые предполагают заключить договор аренды на помещения в недостроенных зданиях, следует знать, что срок сдачи объекта в эксплуатацию в России порой не соблюдается. Проблемы могут возникнуть с финансированием или с оформлением права собственности на объект недвижимости. И тогда арендатор не сможет выполнить свои обязательства перед партнерами и контрагентами. Чтобы не столкнуться с подобными неприятностями, прежде, чем заключать договор, арендатору необходимо провести тщательную проверку репутации собственника объекта недвижимости и генерального подрядчика. Такие услуги на российском рынке оказывают профессиональные консультанты с опытом работы.

Имеет смысл организовать собственный технический надзор за строительством с помощью специализированной компании. Это потребу-

СИТУАЦИЯ

Крупный международный инвестор приобрел большой земельный актив недалеко от федеральной трассы А-107 с целью привлечения девелопера в качестве партнера в проекте по строительству складского комплекса. Но при заключении сделки не было учтено, что в непосредственной близости уже строится объект аналогичного назначения. Кроме того, приобретенный участок имел существенные ограничения по использованию (вдоль него проходили инженерные сети и газопровод, имеющий широкую санитарную зону). Лишь через несколько лет инвестору удалось начать развитие своего актива и привлечь клиентов на строительство зданий «под ключ». Пришлось еще и вложиться в перенос инженерных сетей, выделять площади для парковочного пространства и т.д.

ПРИЧИНА ПРОБЛЕМ — НЕОБОСНОВАННАЯ УВЕРЕННОСТЬ В УСПЕХЕ СВОЕГО ПОДХОДА НА НЕЗНАКОМОМ РЫНКЕ.

Причиной проблем стала необоснованная уверенность иностранной компании в успехе своего подхода на незнакомом рынке.
Чтобы свести риски проекта к минимуму, следовало оценить конкурентную среду на перспективу трех-пяти лет и провести глубокий due diligence участка. Выяснить у проектировщиков, какие меры следует предпринять для реализации проекта, оценить затраты.
Если иностранная компания только выходит на российский рынок, было бы логично воспользоваться опытом профессиональных консультантов и брокеров. В России существует серьезный рынок таких услуг, где представлены и местные компании, и представительства международных консалтинговых фирм, так что есть из чего выбирать. При помощи консультантов можно проработать и стратегию завоевания первого клиента за счет логичного ценообра-

Что посмотреть, где себя показать

Найти новых партнеров или направления развития бизнеса помогут многочисленные международные мероприятия в Москве

ТЕКСТ: ПАВЕЛ ДЕНИСОВ

BATIMAT RUSSIA

BATIMAT RUSSIA-2016 МЕЖДУНАРОДНАЯ СТРОИТЕЛЬНО-ИНТЕРЬЕРНАЯ ВЫСТАВКА

05.04–08.04
Место проведения: МВЦ «Крокус Экспо»
Профиль: мебель, интерьер, декор, строительство, стройматериалы, керамика, интерьерный дизайн, строительные технологии, отделочные материалы, напольные покрытия

Выставка является идеальной площадкой для тех, кто ищет новые направления развития бизнеса и заинтересован в проведении эффективных деловых переговоров с целью установления партнерских отношений с лидерами российского и мирового строительного рынка, а также организации бизнеса в области дизайна интерьеров.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

FIDexpo

FIDEXPO-2016
VII МЕЖДУНАРОДНАЯ МЕБЕЛЬНО-ИНТЕРЬЕРНАЯ ВЫСТАВКА

11.05–14.05
Место проведения:
ЦВК «Экспоцентр»
Профиль: интерьер, декор, лес, деревообработка, бумага, мебель, производство мебели

История FIDExpo берет начало в 2001 году. Тогда выставка проводилась на площадке Гостиного двора, а в 2014-м переехала на ВВЦ и дебютировала в новом качестве – акценты были смещены с дизайнерской сферы в сектор массовой мебели. Проведя маркетинговое исследование по итогам выставки, изучив ситуацию на рынке и отзывы экспонентов, в мебельной дирекции ВО «РЕСТЭК» пришли к выводу, что FIDExpo должна возродиться в своем исходном качестве: занять пустующую до сих пор нишу интерьерных выставочных проектов и, в первую очередь, стать местом встречи для мебельщиков и дизайнеров.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

TASTE OF MOSCOW-2016 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ

02.06–05.06
Место проведения: Престижная аллея, Лужники
Профиль: гостиничное, ресторанное дело, ресторанный бизнес, HoReCa, продукты питания и напитки

Такие выставки-фестивали уже традиционно проходят в 21 столице мира. И организаторы позиционируют свое мероприятие как праздник гастрономических чудес. Наряду с поставщиками эксклюзивных продуктов питания, премиальных вин, напитков и услуг премиум-класса здесь будут представлены самые модные и вкусные гастрономические места столицы. Пройдут увлекательные мастер-классы и презентации от кулинарных звезд, интерактивные путешествия по разным странам. Всех ждет прекрасная музыка и отдых.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

RosUpack

ROSUPACK / РОСУПАК-2016 МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА УПАКОВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

14.06–17.06
Место проведения: МВЦ «Крокус Экспо»
Профиль: тара и упаковка, этикетки, упаковочное оборудование, упаковочные материалы, производство упаковочных материалов, пищевое производство

RosUpack – крупнейшее в России, СНГ и странах Восточной Европы событие упаковочной индустрии. Это единственная в России выставка, на которой комплексно представлен процесс упаковочного производства для различных отраслей: пищевой, перерабатывающей, химической, медицины и фармацевтики, а также для предприятий общественного питания, оптовой и розничной торговли, для складского хозяйства, логистики и др.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

ИНДУСТРИЯ КАМНЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

«ИНДУСТРИЯ КАМНЯ»-2016 XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

21.06–24.06
Место проведения: ВДНХ
Профиль: строительство, ландшафтный дизайн, сад, строительное оборудование, камень, инженерные работы, отделочные материалы, строительные инструменты

«Индустрия камня» – новое название международной выставки «Экспокамень», самой значимой выставки в России и одной из крупнейших выставок в мире в области добычи и обработки природного камня. Это название отражает ее всеобъемлющий характер и соотнесенность со всей индустрией природного камня, включающей как этот уникальный природный материал в блоках, слэбах, плитах и пр., изделия из камня, так и оборудование для его добычи и обработки, инструмент, средства для ухода и сохранения камня и пр. ■

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

Уникальный бизнес-центр ***Dominion Tower*** *в Москве открыт для сотрудничества*

Визитная карточка успеха

ФОТО: DOMINION TOWER

P

Адрес офисного комплекса: Москва, ул. Шарикоподшипниковская, д. 5. Этот офисный центр класса А расположен на стыке трех административных округов Москвы: Центрального, Южного и Юго-Восточного. Открытый в сентябре 2015 года, он сразу стал архитектурной доминантой столицы России.

Семиэтажное здание имеет динамически сложную форму с консолями, отступающими на значительное расстояние относительно габаритов первого этажа. Офисные пространства здесь достаточно вариативны.

Автором концепции Dominion Tower является всемирно известный британский архитектор Заха Хадид, первая в мире женщина — обладатель Притцкеровской премии 2004 года (аналог Нобелевской премии в архитектуре).

Здание выполнено в авангардном стиле, изменяющем традиционные представления о пространстве и архитектурной геометрии. Использование белого цвета в качестве основного и открытые пространства, заполненные светом, создают ощущение безграничности и невесомости.

Рядом основные транспортные артерии Москвы: Садовое и Третье транспортное кольцо, набережная Москвы-реки и Волгоградский проспект. Неподалеку Павелецкая офисная зона. Паркинг на 251 машину. Самые современные инженерные системы, системы безопасности и контроля; источники бесперебойного энергопитания и оптоволоконные телекоммуникации.

Специальная технология «Дополнительная реальность» (Augmented Reality) позволяет совершить по Dominion Tower виртуальную прогулку на любом мобильном устройстве под управлением Mac IOS или Android. Специальный маркер и программу можно скачать на сайте офисного комплекса.

*Кореец **Инго Джон** уверен, что жить и работать в Москве — хорошее и перспективное для иностранца дело*

Главное — отказаться от стереотипов

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

***Инго Джон** — директор по маркетингу компании SK Lubricants RUS LLC в Москве. Живет в России уже почти 13 лет. По работе отвечает за продвижение на рынках России, стран СНГ и Восточной Европы бренда ZIC — известной марки корейского моторного масла. В какой-то момент жизни, говоря словами поэта, им «овладело беспокойство, охота к перемене мест». Для Южной Кореи обычное дело учеба в США, Японии или Китае. А нашему герою вдруг захотелось в Россию...*

– Мысль о работе в России возникла у вас сразу?

– Это было неожиданно. Попалась на глаза карта мира, я стал ее разглядывать – и вдруг подумал: а ведь Россия – самая большая страна в мире. Там наверняка огромный потенциал, огромные возможности.

– И тут же решили поехать?

– Нет, не сразу. Сначала я стал интересоваться русской историей и литературой. Прочел Достоевского... Через какое-то время понял: пора взглянуть на все своими глазами. Выбрал Санкт-Петербург. Кстати, когда покупал билет на самолет, оказалось, что никто в агентстве не представлял, где этот город вообще находится...

– Странное какое-то агентство...

– Вовсе нет. Поверьте: в Южной Корее до сих пор очень мало знают о России. Я не смог найти ни одного корейского интернет-сайта, рассказывающего о России. Хотя бы просто туристического сайта.

Живя в Питере, я даже написал письмо в министерство культуры РФ: вы

... Об Инго Джоне

рекламируете для россиян турпоездки в Южную Корею, но почему никто не призывает корейцев приехать посмотреть Россию?

– А вы сами, когда бываете на родине, приглашаете друзей побывать в России?

– Конечно! А студентом Санкт-Петербургского университета я был активным блогером. Рассказывал соотечественникам о том, как живу в России, что видел, с кем встречаюсь. Старался знакомить корейских пользователей Интернета с вашей страной.

В Южной Корее до сих пор очень мало знают о России.

– И сейчас продолжаете?

– Сейчас, увы, времени нет. Но я не оставляю возникшей еще тогда идеи – создать корейский сайт и публиковать свежую и объективную информацию о российской жизни. Надеюсь, этот проект осуществлю.

– При таком информационном вакууме как восприняли вашу идею о работе в России родные?

– Для них это был шок. Мама плакала.

– Даже так?

– Она боялась за меня. Переживала: боже, мой сын стал коммунистом!

Вы должны понять: она – из старшего поколения, которое воспитывалось в годы «холодной войны». Тогда Советский Союз считался у нас едва ли не главным врагом. У Кореи в двадцатом веке была сложная история: корейская война, раздел страны на Юг и Север. Образ врага в головах наших отцов и дедов засел очень прочно.

– Почему после учебы в Питере вы перебрались в Москву?

– В Санкт-Петербурге я сначала изучал русский язык, потом международные отношения. Город мне очень понравился. Я был не прочь там остаться. Стал искать работу в хорошей фирме и понял, что практически все корейские компании базируются в Москве. В конце концов меня взяли в представительство «Самсунга». Пришлось переехать...

– Не жалеете?

– В столице России я с 2006 года. Уже давно считаю себя москвичом. Хотя в Питер где-то раз в полгода езжу – друзей навестить.

–И много у вас там друзей?

О КОМПАНИИ
SK LUBRICANTS

Мне очень понравился Санкт-Петербург. Но работу я нашел в Москве. Пришлось переехать.

– Да. Как и во многих других местах. Со мной в университете учились ребята из всех регионов России, вот мы и перезнакомились. Я всех стараюсь навещать.

– Где уже побывали?

– В Волгограде, в Кижах, на Байкале, в Калмыкии, добрался даже до Камчатки и Сахалина... Во Владивосток из Москвы ездил поездом.

– Приехав в Москву, почувствовали какую-то разницу по сравнению с Санкт-Петербургом? Что-то удивило?

– Масштабы! Москва по сравнению с тем же Сеулом – просто огромный город. Широченные улицы – у нас таких нет. А в Питере все достаточно близко, часто можно добраться куда нужно пешком. В Москве пешком далеко не уйдешь, хотя я люблю ходить. И люди здесь передвигаются, наверное, на треть быстрее. Очень спешат. Ритм другой.

Самое же первое, что меня поразило – как мы докатили от «Шереметьева» до Третьего транспортного кольца без остановок, не задержавшись ни на одном светофоре.

– А кроме внешних впечатлений? Подход к жизни, к делу в России и Корее отличаются?

– Мы привыкли к разным стандартам. Например, образование. У нас образовательные стандарты, можно сказать, американские. Мы изучаем не столько теорию, сколько ее практическое приложение. То есть во главе угла не стоит вопрос «почему так?», главное – как на деле использовать теорию, открытие, разработку, которую уже придумали другие. Сугубо прагматичный подход.

В России образование глубже. В Питере все начиналось с теоретического обоснования. Поначалу это казалось скучным и ненужным, но сейчас я понимаю: такой подход – правильный, он дает более широкий взгляд на вещи.

Я не оставляю идеи создать корейский сайт о российской жизни.

У нас с женой погулять с ребенком или всей семьей — любимый отдых в Москве.

– Вы считаете себя москвичом. Но и для москвича, при всей любви к родным местам, не все в этом городе, думаю, по душе. Вот вы можете себя на минуту представить в роли столичного градоначальника?

– Очень даже легко! Когда меня друзья спрашивают о планах на будущее, я порой в шутку отвечаю: не знаю, может, буду баллотироваться в мэры Москвы?..

– Тогда самое время обнародовать «предвыборную программу». Что бы вы изменили в городе, встав у руля?

– Попробую... В Москве длинные зимы, дождливая осень. Порой при плохой погоде она выглядит слишком серо, тускло. Те же дома... Я бы стал красить их в более яркие цвета. Все бы выглядело по-другому. Когда я приехал в Петербург, он отмечал 300-летие. И на Невском проспекте, например, дома не просто обновили, а выкрасили в яркие первоначальные цвета. Получилось здорово!

Что еще? Я живу неподалеку от нашего офиса, от московского Сити. И конечно, испытываю большие трудности с парковкой. Надо, на мой взгляд, строить больше жилых домов с подземными гаражами. Причем не одноэтажными, а хотя бы в два-три этажа. В Сеуле никого не удивляет, когда под зданием – шесть-семь уровней для машин. Это, конечно, дорого, но оправдывает себя.

При этом я должен отдать должное своему потенциальному «сопернику» – нынешнему мэру. Москва в последние годы сильно изменилась к лучшему. Это наше общее с женой мнение. Много новых парков и скверов, где можно погулять и подышать воздухом. Благоустроили Парк Горького, Нескучный сад, где мы часто бываем по выходным. Очень правильно создают в разных местах пешеходные зоны.

– Вы упомянули длинную зиму. Как вы сами ее переносите?

– Уже привык. Да, солнца маловато, витамина «Д» не хватает, приходится принимать его дополнительно.

Мама на все в Москве смотрела широко раскрытыми глазами и была в полном восторге!

– Известно, что корейцы – трудоголики. Но даже они не могут работать 24 часа в сутки. Как вы отдыхаете в Москве?

– Катаюсь на коньках, на сноуборде. В Москве есть искусственные горки, езжу туда.

Но больше всего люблю гулять по городу. У моей жены погулять с ребенком или всей семьей – любимое занятие. Недалеко от нашего дома набережная Москвы-реки, парк «Красная Пресня», очень зеленый. Там много мероприятий, программ для детей, зимой – каток. Так что у нашей семьи привычка теперь чисто русская – ходить на прогулки.

– Почему «чисто русская»?

– Потому что для корейца «гулять по улице» – понятие сугубо литературное. Такой привычки у нас давно нет. Что значит «погулять»? Тебе нечем заняться? Или денег нет? Идти куда-то надо с конкретной целью: попить кофе, посидеть в баре, пообедать, в магазин... Русскому коллеге я легко могу сказать: «Что-то мы засиделись. Пойдем пройдемся, заодно все и обсудим». Для корейца такое предложение выглядело бы диковатым. Помню, мама впервые приехала, жена говорит: «Пойдем с внуком погуляем». Мама встрепенулась: что, в Москве больше нечего делать, тут ничего нет?

– Так ваша мама смирилась с вашим российским выбором?

В России образование глубже. Все начинается с теоретического обоснования. Это дает более широкий взгляд на вещи.

– Обосновавшись в Москве, я ее пригласил погостить. Подготовился основательно, продумал всю программу: куда свозить, что показать. Она на все смотрела широко раскрытыми глазами, а дня через три уже была в полном восторге. В конце концов сказала: «Может, я останусь?»

– Долгие прогулки стимулируют аппетит. Я не очень хорошо знаю корейские заведения

в Москве. Китайские знакомы больше. Но, поездив по Китаю, понял: настоящую китайскую кухню у нас найти трудно. А как с корейской?

– Ну, суши, которые в Москве готовят на каждом шагу, конечно, совсем не японские... С корейской кухней – другое дело. В Москве – 15 корейских ресторанов. И еду они предлагают действительно корейскую.

– Вы в них питаетесь?

– Только когда приглашаем на обед партнеров. Корейские блюда мне готовит дома жена. Если идем куда-то, то я обычно предпочитаю европейскую, русскую или украинскую кухни. В последнее время жена очень полюбила грузинскую.

– Вы здорово говорите по-русски. Для корейца русский язык труден?

– Когда я учил английский, он мне казался крайне сложным. Но потом взялся за русский – и понял: английский язык – это совсем просто.

– По дому не скучаете?

– Я бываю в Корее раза два в год, по служебным делам. Недавно мне в компании предложили: «Как вы посмотрите на то, что мы оставим вас в Москве еще на годик? А потом переведем в головной офис на родину».

Иностранцам я бы посоветовал отбросить многочисленные стереотипы по поводу России.

– И что же?

– Рассказал жене, она запротестовала: «Зачем уезжать? Я бы еще лет пять-семь тут пожила». Мы познакомились в Корее, сыграли свадьбу, три года назад она приехала в Москву. И поначалу говорила другое: «Давай так: еще пару лет, потом домой». Теперь ей здесь нравится. И я пока об отъезде не думаю, поживем еще.

– Как московский старожил что бы вы могли посоветовать коллеге-иностранцу, раз-

думывающему о приезде сюда на работу, об открытии своего бизнеса?

– Прежде всего, отбросить многочисленные стереотипы по поводу России, которые у него наверняка есть. Освободить голову и воспринимать все как бы с чистого листа. При этом постараться понять другие, может быть, не похожие на привычные ему, культурные, жизненные стандарты. Всегда надо стараться понять иную точку зрения. Это очень помогает в жизни. ■

BIGMOSCOW

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

Издается
при поддержке Департамента
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
Заместитель главного редактора Валерий Дробот
Редакторы Леонид Соколов, Екатерина Колосова, Александр Пигарев
Выпускающие редакторы Владимир Мохов и Станислав Комаров
Ведущий дизайнер Мария Ландерс
Редакторы-переводчики английской версии
Jack Doughty, David Tugwell и Jason J Shaw
Редактор-переводчик немецкой версии Helga Schulze-Neufeld
Редактор-переводчик китайской версии 张政
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, немецкую
и китайскую версии

Ссылка в **Google Play**
на английскую, немецкую
и китайскую версии