

BIGMOSCOW

ЯНВАРЬ – МАРТ 2016 | DIGITAL MAGAZINE

РУССКАЯ ВЕРСИЯ



Москва-2016: Какие возможности открывает кризис?

Итальянец

Джетти

расширяет в Москве
сеть магазинов-кафе

Австрийцы

Эдлингер и Эрихович

пекут в Москве
альпийский хлеб

Японец

Дзайма

учит москвичей
языку своей страны

Содержание

BIGMOSCOW

январь – март

ПЕРСОНА



В Москву инвестировать стоит

Швед Фредрик Свенссон живет и работает в Москве с 2007 года. Партнер крупнейшей шведской юридической фирмы *Mannheimer Swartling* рассказывает об инвестиционной привлекательности Москвы для малого и среднего бизнеса.

5

Хотите открыть бизнес в Москве?

5 советов от Фредрика Свенссона

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



Альпийский хлеб с московской пропиской

Австрийцы Энгельберт Эдлингер и Мартин Эрихович основали в Москве хлебопекарню и планируют открыть в столице России от 10 до 15 филиалов компании «Энгельпекарь».



«Три в одном» успеха

Итальянец Лоренцо Джетти, открывший успешный магазин-кафе в Москве, считает закономерным, что его соотечественники переводят свои производства в Россию.



И дело расцвело «Цветами сакуры»

Японец Ицуки Дзайма за 16 лет в России открывал кафе, торговал мотоциклами и рыболовными снастями. А в итоге основал школу японского языка.

НА РАБОТУ В МОСКВУ



В России найдется дело всем!

Англичанин Зейн Адам – известный финансист, принимавший участие в разработке и внедрении Базельских стандартов в банковской сфере. Сегодня он рассказывает о своей работе и жизни в столице России.

ТОРГОВАТЬ С МОСКОВОЙ





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 аннонсами, указанием авторов.

6 Панель быстрой навигации

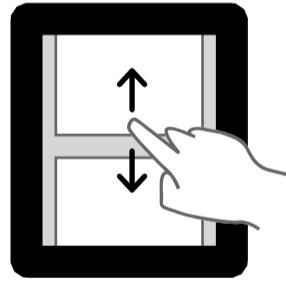
Быстрый переход по страницам издания.

7 Social Sharing

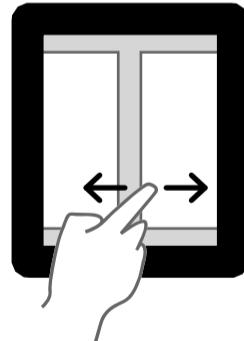
Делитесь интересными материалами с друзьями!

8 Закладки

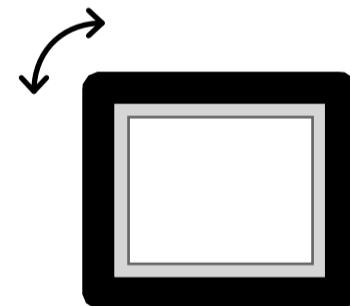
Добавляйте понравившиеся материалы в закладки.



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

ПЕРСОНА



Швед **Фредрик Свенссон**,
партнер юридической
фирмы *Mannheimer Swartling*,
работающей в столице
России с 1990 года, считает:

**В Москву
инвестировать
стоит**



ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ВИКТОР ВАРЗАКОВ



Экономические реалии в России и в мире сегодня не самые лучшие. Западные санкции в отношении РФ, ответные антисанкции и импортозамещение дали почву для негативных отзывов об инвестиционной привлекательности российского рынка в СМИ европейских (и не только!) государств.

А как все обстоит на самом деле? Работает ли иностранный бизнес в России, в Москве? Сохранилась ли былая российская инвестиционная привлекательность? Именно об этом рассказал журналу BIGMOSCOW **Фредрик Свенссон, с 2007 года живущий и работающий в столице России, – партнер известной шведской юридической компании «Маннхеймер Свартлинг».**

– В сборнике материалов «Как инвестировать в Россию», выпущенном более года назад Ассоциацией европейского бизнеса, была ваша статья, озаглавленная «Заходить в Россию – быть или не быть СП». Как бы вы ответили на этот гамлетовский вопрос сегодня?

– Инвестировать в Россию – всегда хорошая идея. Это страна, в которой живет 140 миллионов человек, у нее низкий дефицит платежного баланса, хорошая финансовая система, стабильная власть. Мое мнение – инвестировать в Россию и в ее

О ФРЕДРИКЕ
СВЕНССОНЕ



столицу всегда стоит.

– Если взять, например, шведских инвесторов, кого бы вы могли назвать в числе наиболее успешных?

– Ваш рынок

очень привлекателен для производителей потребительских товаров. Навскидку я сразу могу назвать шведскую мебельную корпорацию ИКЕА, а также популярный бренд модной одежды H&M. Они очень хорошо работают в России. Еще

можно говорить об успешных инвестициях предприятий, связанных с горнодобывающей промышленностью. До последнего момента дела у них тоже шли хорошо. Или возьмем сферу ИТ – портал интернет-торговли AVITO. Это российская компания, но учредили ее шведы. Ребята приехали в Россию и начали практически с нуля, а затем создали и раскрутили компанию, которая сейчас стоит где-то 2 миллиарда долларов.

– То есть вы считаете, что и в условиях финансовой нестабильности, снижения покупательной способности населения и инвестиционного рейтинга России риск инвестирования сегодня оправдан?

– Вы знаете, инвестиции – это всегда определенный риск. Но надо быть терпеливым и прозорливым. Пожалеете денег сегодня, уйдете с российского рынка до лучших времен, а когда через пару лет решите вернуться, поймете, что в итоге потеряли очень многое, если не все.



– В связи с санкциями, с определенной напряженностью в международных отношениях климат в России для западного бизнеса не изменился?

– В целом климат не изменился. Я считаю, что российское и московское правительства пытаются создать лучшее игровое поле для бизнеса.

Если говорить о проблемах, то я бы отметил, что национальное законодательство, правила игры в России порой меняют слишком быстро. И порой требования начинают противоречить сами себе. Иностранныму инвестору не всегда просто понять логику таких перемен. И он не

Инвестиции – это риск, но надо быть терпеливым и прозорливым.

*О компании
«Манхеймер Свартлинг»*



знает, насколько может полагаться на существующие нормы.

Конечно, так не везде. Например, в сфере потребительских товаров законодательство достаточно стабильно. А, скажем, в том, что касается нефтяной отрасли или медиа-бизнеса, правила меняются порой так, что это не всегда понятно. Например, в медиа-бизнесе появились законодательные ограничения на владение активами СМИ иностранных инвесторов. В результате, скажем, крупнейший финский медиа-холдинг «Санома» (Sanoma) вынужден продавать российские активы.

Конечно, и санкции повлияли на бизнес. Хотя в целом мы никакой паники в России не наблюдаем. Многие из наших бизнесменов здесь очень давно, у них прочные связи... Да, кое-кто вынужден уходить из России. Те же экспортёры продуктов питания. Хотя для вашей страны это в определенном смысле хорошо: можно наладить свое производство, на месте.

Что касается отношения к работающим в Москве иностранцам, то

оно никак не изменилось. Русские – вполне здравомыслящие люди. Мне, например, – а у меня много русских знакомых – никто никогда не говорил, что я ему не нравлюсь, потому что я иностранец.

– *А на вашей фирме санкции как-то сказались?*

– Непосредственно нашей работы они не коснулись. С компаниями, которые попали под санкции, мы не работаем. Но много консультируем, как юристы, своих клиентов: что они могут делать в России в условиях санкций, чего не могут.

– *В нашей стране провозглашена политика импортозамещения, развития собственно го производства. В этой связи насколько, по-вашему, может быть интересна для иностранного инвестора идея локализации производства в России?*

– Лично я всегда выступал за полную свободу торговли. Но вместе с тем Россия – далеко не единствен-

Конечно, санкции повлияли на бизнес в России. Хотя в целом мы никакой паники не наблюдаем.





**Вкладывать деньги
в Россию и ее столицу –
всегда хорошая идея.**

ная страна, ратующая за импортозамещение. Те же Бразилия или Соединенные Штаты тоже выступают в поддержку своего, местного производителя. Что же касается локализации иностранного производства в России, то тут надо оценивать ситуацию в каждом конкретном случае. Думаю, для некоторых секторов экономики это сегодня выгодно. Особенно для тех, кто осуществляет поставки для государственных компаний, для тех, кто участвует в тендерах. Такие иностранные компании, можно сказать, почти обязаны переносить сюда производство. Тем более что местные квалифицированные кадры для этого есть.

– А вы могли бы привести пример скандинавского инвестора, вложившегося в Россию и в Москву в последнее время?

– Знаю, что многие компании, которые уже здесь присутствуют, прорабатывают новые проекты. Что касается новичков, особенно из ма-

лого и среднего бизнеса... Внешняя среда сегодня, признаем, не очень для этого благоприятна. Атмосфера вокруг России, прежде всего в СМИ, в Европе оставляет желать лучшего и, по моему мнению, во многих отношениях слишком негативна. Я ни в коей мере не хочу давать советы вашему правительству, но думаю, Россия должна больше уделять внимания работе над своим имиджем в глазах европейского инвестора.

– Ваше мнение как юриста, работающего с бизнесом: насколько сложно западному предпринимателю открыть дело в Москве? В первую очередь представителю малого и среднего бизнеса...

– Начинать дело на развивающемся рынке – это всегда вызов. Но, как я говорю обычно как раз представителям малого и среднего бизнеса, в России это не труднее, чем, скажем, в Китае, Индонезии или Таиланде. Хотя в Европе часто считают, под влиянием тех же СМИ, что здесь

Что касается локализации иностранного производства в России, то надо оценивать ситуацию в каждом конкретном случае.





все гораздо сложнее. Это не так. Важно только хорошо изучить правила игры и следовать им. И не слушать советов тех, кто приходит и говорит: с моей помощью ты вполне можешь «сократить маршрут», сделать все быстрее. Это очень опасный путь.

– А каковы сегодня трудности, с которыми может столкнуться на нашем рынке новый инвестор?

– Прежде всего, я бы назвал ценообразование. Россия – очень доро-

гая страна. Здесь дорого и довольно сложно получить кредит. Дорогой лизинг оборудования, транспорта...

– Насколько я знаю, вы в своей юридической практике специализировались и на вопросах антикоррупционного законодательства. Как, на ваш взгляд, обстоит дело с коррупцией в России?

– Коррупция – общая проблема. Она присутствует и в Европе, и в Америке. Но сегодня в развитых

западных странах с ней идет серьезная борьба, принято и применяется строгое антикоррупционное законодательство. Даже самые крупные компании, если они попадаются на взятках – неважно, у себя на родине или за рубежом, – могут быть оштрафованы. На миллиарды долларов.

Если говорить о России... Не думаю, что уровень коррупции в России выше, чем в странах БРИКС. В Китае тот же уровень или даже хуже. Повторю: бывает искушение сделать все быстрее, но не совсем законным путем. При альтернативе строго следовать правилам, хотя это требует больше времени. Мы своих клиентов убеждаем: второй путь обойдется в конечном счете дешевле.

– Иностранцев любят пугать российской бюрократией...

– Ну, если уж кто имеет дело с бюрократией, так это мы, юристы. Конечно, порой она создает лишние препятствия. Но с ней можно справляться. Да, в Швеции для оформления новой компании потребуется один день, здесь – месяц. Но бюро-

кратия – это реальность, с которой ты должен работать.

– «Манхеймер Сартлинг» в 1990 году стала первой европейской юридической фирмой, открывшей филиал в Москве. Что, конечно, дало ей стартовое преимущество. А каковы ее конкурентные преимущества сегодня?

– Наверное, прежде всего, накопленный за прошедшие годы опыт работы в России. Фирма пришла в Москву еще во времена СССР. Когда мы писали бизнес-план, ни у кого и мысли не было, что Союз распадется...

В России, чтобы всему научиться, понять страну, ее культуру, узнать здешний бизнес, нужно время... Я, когда приехал в 2007-м, думал, что пробуду в Москве лишь пару лет. Но я все еще здесь...

– А как вы оказались в Москве? До этого вы работали в филиалах своей фирмы в Швеции...

Не думаю, что в России уровень коррупции выше, чем в странах БРИКС.



— ...но всегда хотел поработать за рубежом. В 2007 году «Манхеймер Свартлинг» сделала крупные дополнительные вложения в расширение своего московского бизнеса. И мне предложили поехать сюда. Я вскочил в первый же вагон...

— Не жалеете?

— Нет. Порой бывает даже смешно, когда на родине меня спрашивают: «Как ты там выживаешь, в этой Москве? Там же так опасно!» А я во все не выживаю, я нормально живу. Да не только я. Практически все, кого я знаю из иностранцев, работающих в Москве, отзываются о столице России очень позитивно.

— И опасности не чувствуете?

— Абсолютно. Не припомню, чтобы и кто-то из иностранных коллег жаловался по этому поводу.

— А какое впечатление произвела на вас Москва в первые дни по приезде?

— Отвечу так: за годы моего пребывания здесь Москва очень сильно изменилась. Раньше она казалась какой-то более серой. Ваш мэр Собянин проделал хорошую работу.

— Но наверняка не все вам тут нравится... Что больше всего не по душе?

— Очень перегруженное уличное движение. И, конечно, то, что водители нередко гоняют по городу слишком быстро. Так нельзя. Думаю, дорожная полиция должна относиться к лихачам строже.

— Вы сказали, что поначалу планировали остаться в Москве на пару лет, а работаете все восемь. Конец российского периода вашей жизни еще не виден?

— Работаю и работаю. Никакого лимита для себя не устанавливал. Не уверен, конечно, что останусь здесь жить, выйдя на пенсию. Кстати, не уверен, что останусь и в Швеции... ■

Все, кого я знаю из иностранцев, работающих в Москве, отзываются о столице России позитивно.



СОВЕТОВ ОТ
ФРЕДРИКА СВЕНССОНА
ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ОТКРЫТЬ
БИЗНЕС В МОСКВЕ



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

ИЗУЧИТЕ СИТУАЦИЮ
В ИЗБРАННОЙ СФЕРЕ
БИЗНЕСА

Проделайте домашнюю
работу. Тщательно продумайте,
как именно вы можете
интегрировать свою компанию
в бизнес, который уже
существует в России.



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

НАБЕРИТЕ СВОЮ КОМАНДУ

Это, может быть, самое
трудное. Не надо думать, что
в России можно нанять персонал
задешево. Но здесь можно
найти хороших и лояльных
работников, которым стоит
платить приличную зарплату.

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



СОВЕТЫ ОТ ФРЕДРИКА СВЕНССОНА

ИЗУЧИТЕ РОССИЙСКИЕ
ЗАКОНЫ И СТАРАЙТЕСЬ
ИМ СЛЕДОВАТЬ

Но не пытайтесь их обходить.

Вам порой могут предложить
«сократить дорогу» –
не поддавайтесь
соблазну.



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

ЕСЛИ ИДЕТЕ
СЮДА,
ПЛАНИРУЙТЕ
ПЕРСПЕКТИВУ

На год приходить в Россию
бизнеса нет смысла. Ситуация
меняется, бывают взлеты
и падения. Не поддавайтесь
«коррупционным порывам».
Дружеские контакты всегда
выручат в сложной ситуации.



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



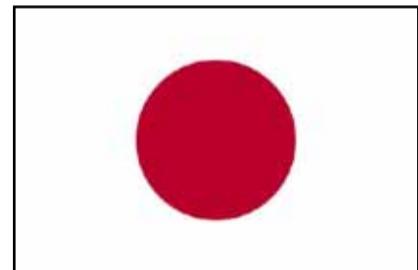
НАЛАЖИВАЙТЕ БОЛЬШЕ КОНТАКТОВ И СВЯЗЕЙ

Это поможет в вашем бизнесе. Речь не о банальной коррупции. Я бы, скорее, назвал это легальной «коррупцией дружбы».

Дружеские контакты всегда выручат в сложной ситуации.

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

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



**Австрийцы
Эдлингер
и Эрихович**
пекут в Москве
альпийский
хлеб

**Итальянец
Джетти**
расширяет
в Москве
сеть
магазинов-кафе

**Японец
Дзайма**
учит
москвичей
языку
своей страны

**Австрийцы
Энгельберт Эдлингер
и Мартин Эрихович
открыли в столице
России успешную
пекарню**



Альпийский хлеб с московской пропиской

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР СМЕЛОВ | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Пекарню, где можно не только купить хлеб, но и попить кофе или чаю с выпечкой, совсем недавно (в начале октября 2015 года) открыли в Москве двое австрийцев.

Энгельберт Эдлингер с младых ногтей мечтал стать пекарем, «чтобы печь хлеб, который удивлял бы людей своим вкусом». И стал. Наверное, потому, что искренне убежден: хлеб – это искусство. Партнер Энгельбера – бизнесмен **Мартин Эрихович** – давно увлечен Россией. «Не хочу ничего плохого сказать об Австрии, но я люблю вашу страну, где для всех желающих открывается гораздо больше возможностей», – пояснил он корреспондентам BIGMOSCOW, которые побывали в гостях у «Энгельпекаря».

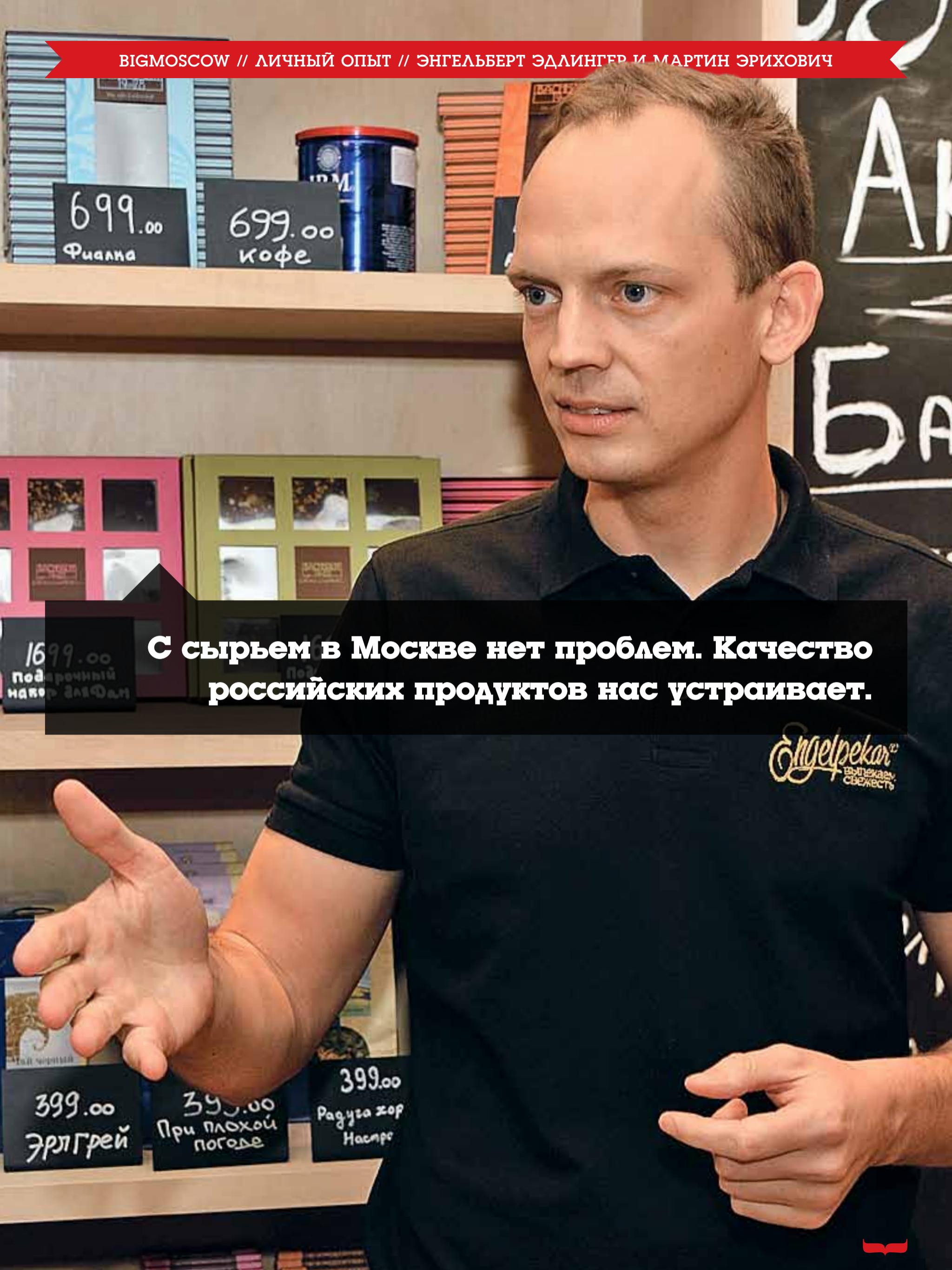
«Выпекаем свежесть» – это девиз хлебопекарни «Энгельпекарь», расположенной в самом центре российской столицы. И понимать его следует буквально: хлеб тут не только рождается на глазах покупателей, он даже замешивается тут же – исключительно из натуральных продуктов и без каких-либо примесей.

– Как вам пришла в голову мысль начать такой бизнес в России, которую хлебом не удивишь? Вас что-то связывало ранее с этой страной?

Мартин:

– Уже на протяжении 10 лет я веду дела с Россией в различных сферах. Лет семь назад мы познакомились с Энгельбертом. Мы летели рядом в самолете, разговорились и сразу поняли друг друга. Стали поддерживать контакт, обменивались идеями. И два года тому назад одна такая задумка стала предметом конкретного обсуждения, а затем – партнерства.





С сырьем в Москве нет проблем. Качество российских продуктов нас устраивает.

Engelbecker
выпечка
свежесть

399.00
Эрл Грей

399.00
При плохой
погоде

399.00
Радуга хор
Насстре

Энгельберт:

– Идея с пекарней возникла у меня. Я почти 20 лет работал в хлебопекарной отрасли в Австрии. И подумал: почему бы не открыть настоящую австрийскую пекарню за ее пределами? Чтобы выпекать по-настоящему свежий, восхитительный хлеб. И почему бы, например, не сделать это в Москве? Ведь это город с населением в 16 миллионов человек! А сам я из деревни, где всего 500 жителей. И там пекарня с ее продукцией очень востребова-

ского кризиса. Вас это не отпугнуло?

Мартин:

– О взаимных санкциях ЕС и РФ можно только сожалеть. Это серьезный шаг назад в наших отношениях. А ведь Европа и Россия должны быть вместе. Мы бы хотели импортировать в Россию гораздо больше товаров и продуктов. Сыры например. Но из-за санкций не можем этого делать. Мука, к счастью, под санкции не подпадает.

«Выпекаем свежесть» – это девиз хлебопекарни «Энгельпекарь», расположенной в самом центре российской столицы.

на. У Мартина уже были хорошие контакты в российской столице, а у меня – рецепты выпечки потрясающего хлеба. На том мы и сошлись. Общему делу предшествовала совместная двухгодичная проработка проекта, а потом все сладилось.

– Экономические отношения между Россией и Евросоюзом сейчас не лучшие. Взаимные санкции, тяготы экономиче-

– Трудно было утвердиться в России?

Энгельберт:

– Нелегко. Сложно было отыскать место для нашего бизнеса, решать финансовые вопросы. Но была главная цель – дать попробовать москвичам хлеб, выпекаемый по австрийским рецептам.

– Вам кто-то помогал в организации бизнеса, какая-нибудь структура, организация?





**На протяжении 10 лет я веду дела
с Россией в различных сферах.**

Мартин:

– Нет. Дело в том, что, если бы у нас до этого не было опыта общения с Россией, нам на организацию дела и создание своей пекарни в Москве потребовалось бы не три месяца, как у нас вышло, а, возможно, все три года! Россия – специфическая страна, и эту специфику нужно знать и учитывать.

– Некоторые западные бизнесмены выражают опасения, когда речь заходит о России. Говорят о бюрократии, коррупции, преступности. Каков ваш опыт?

Энгельберт:

– Бояться можно всего. Но если бы мы боялись, нам не следовало бы заниматься своим делом. В Австрии тоже много рисков. Так что Россия, Москва – не исключение, здесь можно столь же достойно работать.

– Каков был ваш стартовый капитал?

Мартин:

– Первоначальная сумма у нас была меньше, чем нам на самом деле потребовалась. Мы хотели сразу сделать все как следует. Например, потратили приличные деньги на организацию качествен-

Мнение



Виталий Соломонов,
генеральный
директор
Solomon Invest



Статистика утверждает, что последние 10 лет производство хлеба в России падает. На 7% ежегодно. Из-за снижения потребительского спроса. По данным Росстата, один россиянин в 2013 году съедал 258 грамм хлеба в день вместо 303, как это было 10 годами ранее. Но все-таки почти каждый из нас хлеб ест ежедневно. А в Москве проживает почти 20 миллионов человек. Легко понять, что рынок этот колossalный. Причем некоторые аналитики утверждают, что столичный сегмент этого рынка растет.





ной вентиляции, на различные другие меры по обеспечению безопасности. И в сумме вышло значительно больше, чем изначально рассчитывали. Но такое может случиться и в Австрии. Всякое бывает. Любой бизнесмен, который открывает собственное дело, не застрахован от ошибок. Он часто недооценивает объем затрат, потребности в финансировании, переоценивает возможности оборота. Мы также недооценили затраты – просто потому, что к запланированному всегда еще что-то добавляется. Однако в любом случае в итоге денег нам хватило.

– Это были личные средства или кредит?

Мартин:

– Только наши собственные деньги. Те, которые мы заработали в других сферах.

– Вы арендуете помещения для пекарни. Почему выбор пал именно на Остоженку – одну из самых дорогих улиц в центре российской столицы?

Мартин:

– Дело, конечно, не в том, что я живу по соседству. Мы рассматривали несколько вариантов. А на Остоженке остановились пото-

му, что тут потрясающий трафик: много людей, которые здесь живут, работают, учатся. Много посольств, в том числе и посольство Австрии – в десяти минутах ходьбы от нас. И австрийцы, которые работают в диппредставительстве и в консульском отделе, просто в восторге от того, что мы тут открылись. Они нам говорят: «Наконец-то в Москве появился настоящий австрийский хлеб!»

– И во сколько обходится аренда помещений для вашей пекарни?

Мартин:

– Аренда очень дорогая...

Энгельберт:

– Но мы продолжаем вести переговоры и надеемся на снижение затрат по статье аренды. (*Оба смеются.*)

Мартин:

– Если бы читатели вашего журнала узнали сумму нашей аренды, многие, думаю, нам бы не поверили.

– А как обстоят дела с налогами, на которые бизнесмены всегда жалуются?

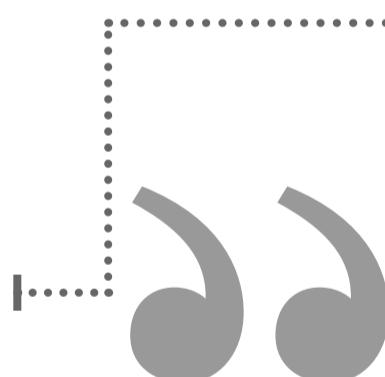
Мартин:

– В России существуют различные льготные налоговые модели, причем совершенно легальные.

Эксперт



Ольга Луцева-Эр,
генеральный директор
исследовательской
компании *NeoAnalytics*



Общий объем рынка хлебной продукции в России – около 500 млрд руб. Доля в нем небольших частных производств – около 20–25%.

Динамика рынка положительная.

В Москве работает порядка 400 частных пекарен, около 100 из которых относятся к крупным предприятиям. В целом рынок растет за счет именно средних и малых предприятий. Они динамично реагируют на запросы потребителей. Рынок частных пекарен Москвы значительно отличается от российского в целом. Прежде всего структурой предложения и





**Европа и Россия должны быть вместе.
Мы бы хотели импортировать в Россию
гораздо больше товаров и продуктов.**

Так, бизнесмены, занятые в малом бизнесе, платят шесть процентов с оборота, и это открывает перед нами, молодыми предпринимателями, колоссальные возможности. Это очень мало, если сравнить с тем, что мы должны были бы платить, зайдясь мы аналогичным бизнесом в Австрии.

– Каков ассортимент вашей пекарни?

Энгельберт:

– Мы решили остановиться на малом ассортименте. За последние пять лет в Австрии я работал в крупной торговой сети, имевшей восемь пекарен по всей стране, производивших примерно более тысячи различных наименований продукции, включая и кондитерские изделия. Но поддерживать на должном уровне качество при таких объемах производства невозможно. Поэтому нами было принято решение в пользу малого ассортимента, который позволил бы гарантировать наивысшее качество. Разумеется, в пользу австрийских рецептов: клас-

ический ржаной хлеб с семечками, оригинальный багет, чиабатта, яблочный штрудель, маффины... И все это из стопроцентно натурального сырья, без каких-либо добавок или консервантов.

– По какой цене вы продаете ваш хлеб? Ориентируетесь на российские или на австрийские цены?

Мартин:

– При ценообразовании мы исходим из того, что наша продукция высшего качества. В Москве можно купить, например, багет за 40 рублей, однако он будет совершенно иного свойства, нежели у нас. Или в сети московских магазинов «Азбука вкуса» можно приобрести багет из Австрии, который выпекается в Москве из заготовок. Стоит он порядка семи евро, то есть около 500 рублей по сегодняшнему курсу. Мы же решили предлагать наши изделия по справедливой цене, чтобы они были доступны и студентам.

У Мартина были хорошие контакты в российской столице, а у меня – рецепты потрясающего хлеба. На том мы и сошлись.





В этих словах нет преувеличения. В день беседы хозяев «Энгельпекаря» с корреспондентами BIGMOSCOW в заведение на Остоженке заходили студенты расположенного рядом Московского лингвистического университета. Изрядные яблочные штрудели они покупали по 290 рублей, а багет – по акции: берешь один за 111 рублей и второй получаешь бесплатно.

Некоторые посетители входя приветствовали персонал по немецки: «Гутен таг» и «Грюсс готт». Улыбчивые девушки за

прилавком, облаченные в дирndl (национальный наряд немецкоговорящих альпийских регионов), отвечали тем же.

– Сколько хлеба вы продаете в день?

Мартин:

– Сходу и не скажешь... День на день не приходится. Но в среднем получается где-то 300–400 единиц хлебной продукции.

Энгельберт:

– А если брать на вес, то в день мы продаем порядка 60 килограммов продукции.

Мартин:

– Главное, у нас уже есть постоянные клиенты! Это люди, которые поблизости живут, работают или учатся. Есть, конечно, и клиенты из других районов Москвы, узнавшие о нас в интернете. Мы присутствуем также в социальных сетях – «Фейсбук», «Инстаграм», «ВКонтакте». Ну и проявляем активность – совместно с австрийскими партнерами устраиваем различные мероприятия и акции, поскольку

Мартин:

– Сложно сказать. Мы проводили беседы с очень многими претендентами на работу. Чтобы набрать 12 человек, понадобилось 60–70 встреч, и мы совершенно сознательно принимали молодых людей. Возраст наших работников – 20–23 года. Мы считаем это правильным: они могут у нас многое научиться, в том числе и немецкому языку.

В России занятые в малом бизнесе предприниматели платят всего шесть процентов налогов, и это открывает перед ними колоссальные возможности.

стремимся представлять Австрию, частью которой являемся.

– А сколько у вас сотрудников?

Энгельберт:

– Сейчас у нас работают двенадцать человек.

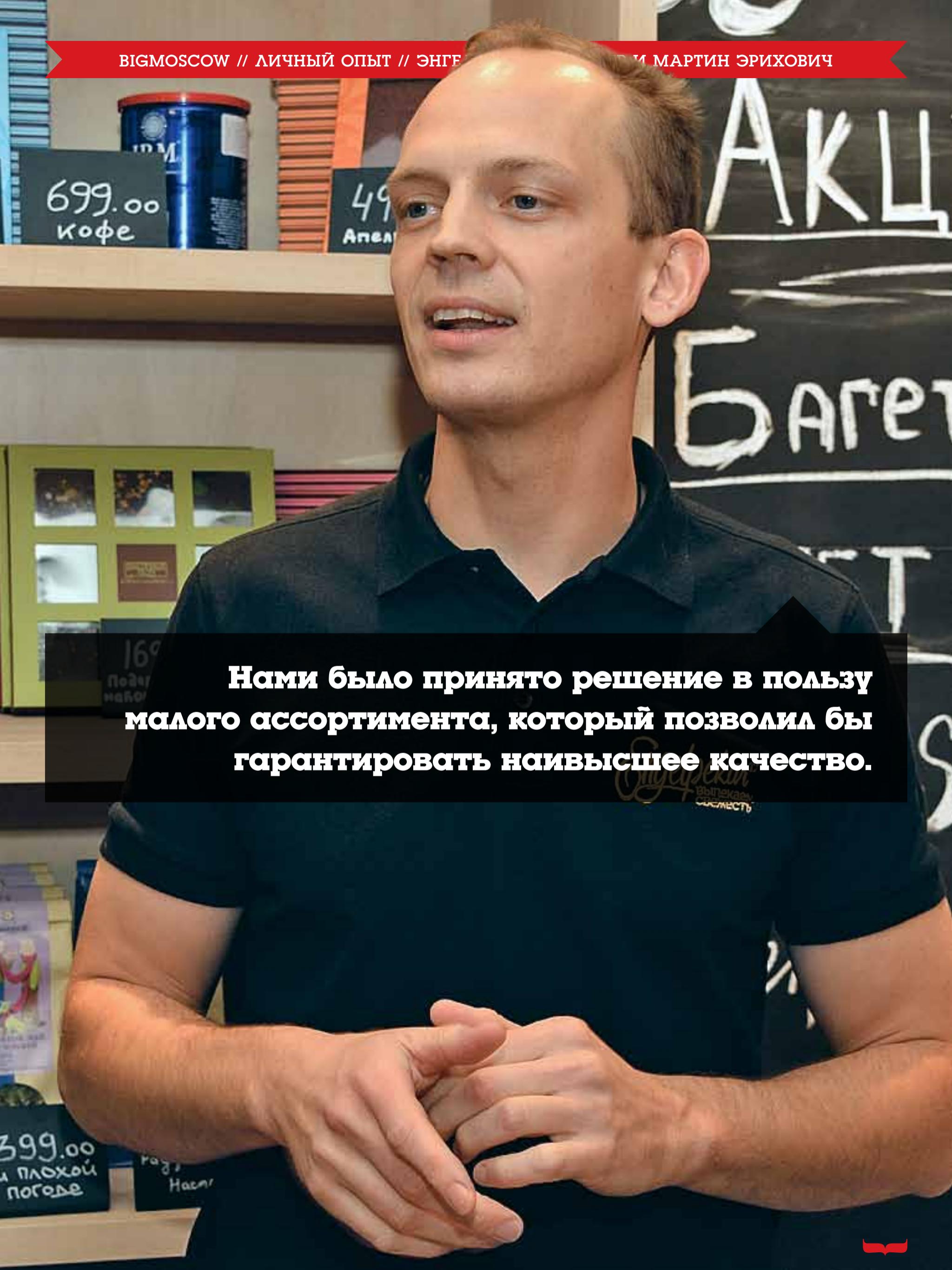
Мартин:

– И все россияне.

– И как вы оцениваете их профессиональные качества?

Существует модель управления, когда один командует, а другие строго исполняют поручения. Мы же придерживаемся иного подхода, согласно которому работник должен быть разносторонним. Поэтому каждый сотрудник у нас решает дополнительные задачи плюс к тем, что на него непосредственно возложены. Мы считаем, что повышение ответственности работника – это хорошо.





**Нами было принято решение в пользу
малого ассортимента, который позволил бы
гарантировать наивысшее качество.**

Сибирский
Выпечка
Семья

– Откуда вы берете исходные продукты: муку, дрожжи и прочее?

Энгельберт:

– Наш основной продукт, разумеется, мука, из которой выпекаются все изделия. Ее мы импортируем из Австрии. Причем мука поступает со старинной мукомольни, которая действует с 1423 года (!) и вот уже на протяжении 22 поколений является семейным предприятием. Стопроцентное качество. Все остальное закупаем здесь, в России. С сырьем тут нет проблем. Качество российских продуктов нас устраивает.

– Что вам больше всего мешает в работе? И как вы преодолеваете трудности?

Мартин:

– Прежде всего нам мешает, я думаю, собственное нетерпение. Мы недавно открылись и хотим

быстро продвигаться вперед. Однако должно просто пройти некоторое время, прежде чем люди преисполнятся доверия к нам, поймут, что именно им предлагается, и будут приходить к нам вновь и вновь.

– Вы планируете расширять бизнес в России? Конкретные планы уже есть?

Энгельберт:

– Да. Мы хотели бы открыть в Москве целую сеть пекарен.

Мартин:

– Мы с самого начала разработали концепцию, согласно которой, когда наша первая хлебопекарня будет полностью себя оправдывать, появятся другие партнеры и можно будет финансировать новые объекты. Наша цель – открыть в Москве от 10 до 15 филиалов «Энгельпекаря». ■

**При ценообразовании
мы исходим из того, что
наша продукция высшего качества.**

**Лоренцо Джетти продает
москвичам итальянские
продукты, произведенные...
в России (!)**

«Три в одном» успеха

ТЕКСТ: СТАНИСЛАВ КОМАРОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Лоренцо Джетти является владельцем двух магазинов итальянских продуктов в Москве. И собирается открыть третий. Молодой бизнесмен считает, что успех его бренда *Da Lorenzo* зиждется на умелом применении итальянских традиций и технологий на российской земле и для российского потребителя.

– Лоренцо, как получилось, что 28-летний итальянец обосновался в Москве?

– Я родом из Чезены. Это небольшой город на севере Италии, у подножия Апеннинских гор. В пятнадцати километрах Адриатическое море, легендарный курорт Римини. Приехал я в Москву почти пять лет назад. Жена у меня русская. Она родилась в Сибири. А познакомился я с ней в Швейцарии, где мы вместе учились в Международной школе гостиничного менеджмента. По окончании решили перебраться в Москву.

– Приехали и сразу открыли свой бизнес?

– Не сразу. Полтора года работал в известном итальянском ресто-

ране Semifreddo, еще полгода – в Bontempi. И только потом ушел на вольные хлеба. Запустил интернет-магазин итальянских продуктов Da Lorenzo. А около двух лет назад открыл первую торговую точку в Конькове, в «Экомаркете». Создал формат, который называется «три в одном». Это одновременно и магазин, и небольшая кухня, и кафетерий. Второму моему магазину почти год, он расположен на Черемушкинском рынке.

Для меня этот бизнес – продолжение семейных традиций. И дядя, и двоюродный брат занимаются тем же. У одного ресторан, а у другого кафетерий. Все в теме! Мне очень помогла учеба в Швейцарии, где я изучал основы кей-





*Смотреть
видеоверсию интервью
с Лоренцо Джетти*

теринга, магазинной торговли, гостиничного и ресторанного бизнеса. В том колледже обучаются люди со всего мира: русские, итальянцы, китайцы, мексиканцы. У каждого было свое мнение, свое видение. Это обогатило и мои знания.

– *И как вам шумная московская жизнь после тихих Италии и Швейцарии?*

– Есть свои плюсы и минусы. В Москве сумасшедшая энергетика. Я бы сейчас в Италии уже жить не стал. Там и бизнес вести сложнее. А вот заниматься своим делом в России стало гораздо выгоднее, даже несмотря на санкции. Российская экономика сама по себе сильнее итальянской. Уже нет смысла закупать продукты вне страны и везти сюда. Поэтому многие итальянцы начали переводить свои производства в Россию. Сейчас я бы охарактеризовал ситуацию в российской экономике как спокойную и перспективную. Да, теперь нельзя ввозить в Россию сыры из Италии. Но никто не запрещает производить их здесь!

– *Хотел бы уточнить: многие продукты, которые я вижу у вас на прилавке, включены в антисанкционный список. Что, все они произведены в России?!*

– Именно так! Эти итальянские сыры произведены в Москве из молока российского производства. В России мы нашли и качественных поставщиков мяса для производства итальянских колбас. Естественно, продукты, которые не попали в санкционные списки, мы ввозим. К примеру, прошутто, несколько других позиций: паста, минеральная вода, кофе, оливки. В России же они не растут. (Смеется.)

– *Как вы позиционируете свой бизнес в России?*

– Это не только качественные продукты, но и атмосфера, и, если хотите, ноу-хау. В Москве не так много кафетериев и магазинов, где хозяин итальянец. Мы привносим в наш московский бизнес итальянские культуры и принципы работы.

«Три в одном» — это одновременно магазин, небольшая кухня и кафетерий.



ЧИСТЫЙ ОПЫТ // ЛОРЕНЦО ДЖЕТТИ

**В России мы нашли все нужное
для производства итальянских сыров и колбас.**

– Сколько человек занято в вашем бизнесе? Они все итальянцы?

– На двух точках у меня работают восемь человек. Есть и итальянцы, и русские.

– Многие считают Москву дорогим городом. Это так?

– Это был шок, когда мы сюда перебрались! В Москве все по-другому. В Европе жизнь слишком спокойная для молодых людей, а здесь интересная. Поначалу казалось, что все тут очень дорого, но сейчас мы к этому привыкли. Впрочем, у себя я стараюсь сдерживать рост цен. К приме-

ру, мы продаем кофе по 90 рублей за чашку. В Италии он тоже стоит 1 евро 10 центов. Так же и с ценами на остальной товар, произведенный в России.

– А его качество?

– У нас работают итальянские технологии. И если попробовать привозные сыры и сыры, произведенные здесь, то разницу почувствует только специалист. Именно поэтому 90% наших покупателей – постоянные клиенты. Уже показатель! Они приходят семьями, с друзьями. Приводят детей на воскресные мастер-классы.

Мнение



Сергей Рак,
председатель совета
директоров компании
«Маркон»



Сегмент общественного питания в Москве за последние полгода сократился на 10%. Это неудивительно: в кризис доходы населения заметно снизились, вследствие чего и спрос серьезно упал. Кроме того, существенно выросли затраты предпринимателей на сырье. Успешно себя чувствуют сегодня лишь единицы представителей этого сегмента бизнеса. Но, по сравнению с западными странами, в столице России точек общественного питания по сей день в разы меньше необходимого. Стало быть, есть предпосылки для роста.





**Самое главное для успеха в России:
нужно делать что-то необычное,
специфическое.**

– Вы наблюдаете за изменениями, которые происходят в стране?

– В России ситуация меняется быстро. Когда я приехал, все было очень неорганизованно. Я заходил на «Почту России» или в Сбербанк и ужасался. Полно народа, никто не знает, к кому обращаться, никто из персонала не знает иностранных языков... Но за пять лет я заметил колоссальные изменения: сервис приближается к европейскому уровню.

– Неужели это происходит во всех сферах? Хотелось бы и критику услышать...

– Моя сфера – организация работы ресторанов. А в этом деле рос-

сиянам до итальянцев еще далеко. На мой взгляд, русские, которые занимаются ресторанным бизнесом, делают это только ради денег. В Италии полно бизнесменов, которые имеют собственный ресторан или кафетерий не только из-за денег. Заработок, конечно же, важен – надо же на что-то жить. Но чаще держат этот бизнес ради семьи, для удовольствия, ради собственного счастья.

Или взять, к примеру, московских официантов. В Италии не заурядно работать официантом много лет, хоть до старости. Это профессия. Здесь же в официанты устраиваются временно, для подработки...

Еще мне не нравится имитация ресторанов средней руки под формат

Эксперт



Ильяс Шугаев,
руководитель отдела
юридического
сопровождения
юридической
компании
«МосГорКонсалт»



Формат бизнеса Лоренцо Джетти, безусловно, очень интересен с точки зрения эргономики и удобства для покупателей или посетителей, желающих просто насладиться чашечкой кофе. Но в то же время, сочетая различные формы бизнеса, следует строго соответствовать требованиям, предъявляемым законами РФ и подзаконными актами к каждому из них. Для организации любого бизнеса в России изначально необходимо зарегистрироваться в на-





итальянских. В подобных заведениях ни еда, ни сервис, ни название не соответствуют заявленному. Ничего итальянского там нет.

– На ваш взгляд, почему так популярна итальянская кухня?

– Тут три причины: она простая, она вкусная и она полезна для здоровья. Мы не жарим в принципе, используем рыбу и морепродукты, оливковое масло, берем все только свежее. Можно смешать три ингредиента, и получится какое-то блюдо. К примеру, салат капрезе. Или песто. Они сделаны с любовью. Это очень важно.

– Вы можете сказать, сколько вложили в свой бизнес?

– От двух до пяти миллионов рублей потребуется для того, чтобы открыть бизнес подобный моему. Я имею в виду формат «три в одном». Если же открывать ресторан, то потребуется от пяти до семи миллионов рублей. У меня, например, площадь зала 110 квадратных метров. Это небольшое помещение для ресторана. Поэтому, в связи с ростом курса евро, я бы закладывал в бюджет 8 миллионов рублей. Мы ведь завозим производственное оборудование для кухни из Италии, Германии. А оно стало на 20 процентов дороже.



Если вы делаете бизнес только ради денег, то у вас ничего не получится.

– Что бы вы посоветовали начинающим бизнесменам, открывающим в России свой бизнес?

– Самое главное для успеха в России: нужно сделать что-то необычное, специфическое. Не просто итальянский ресторан, а что-то уникальное. К примеру, ресторан-паста, в котором подают только макаронные изделия. Или ресторан, в котором делают разнообразную пасту и десерты. Нужно придумать какую-то фишку. Вот у нас действует «Разговорный клуб»...

в эти вечера гости могут выбрать несколько блюд по специальной цене.

– С первым советом все ясно. Что еще?

– Хорошенько просчитайте свой бюджет. В России, в Италии – где угодно – по ходу открытия бизнеса возникают совершенно неожиданные проблемы, которые надо решать. Поэтому в бюджете надо иметь финансовую «подушку безопасности». Она может быть десять и больше процентов. Можно не дойти до конца пути: откроешься,

Чтобы открыть бизнес подобный моему потребуется от двух до пяти миллионов рублей.

– Что это?

– В определенные дни к нам приходит преподаватель-итальянец. В Москве немало желающих попрактиковаться в разговорном итальянском. Кто-то просто приезжает пообщаться, кто-то учит язык, чтобы устроиться на работу, кто-то подтягивает свои знания для экзаменов, кто-то хочет поехать в Италию. Гости платят преподавателю 600 рублей. Для нас это тоже выгодно –

но на какие-то важные мелочи потом не хватит денег. Случай, когда бизнесмены чего-то недоделали, открылись, а через год закрылись, повсеместны. Мы сейчас пытаемся открыть еще одну точку в центре Москвы. Там уже совсем другая экономика проекта, чем здесь, в Конькове. Когда были в Роспотребнадзоре, нам озвучили печальную статистику: около 90% бизнесов закрываются в течение года



Хочу, чтобы девочки здесь учились, и меня абсолютно не пугает обучение в московской школе.

именно из-за того, что не был тщательно просчитан бюджет.

Дальше. Нужно сфокусироваться на сервисе. Если мы говорим о ресторане, постарайтесь сделать как можно больше приятного гостям в зале. Там должен быть хороший менеджер, который умеет работать с посетителями.

Четвертое. Готовить вкусно и подавать быстро. Не скатываться до уровня фаст-фуда, но изучать какие-то современные методики работы.

Наконец, обязательно надо иметь «план Б», запасной вариант.

И, конечно же, все делать с любовью. Если вы не любите свою работу и делаете бизнес только ради денег, то у вас ничего не получится.

– Москва – это место, где вы не только работаете, но и живете. Как вы отдыхаете?

– К сожалению, работы очень много. Найти свободный день сложно. Но когда это удается, обожаю с семьей посещать московские парки. Все, кто приезжает в Москву, обра-

щают внимание, что таких, как тут, парков и скверов нет больше нигде. В центре Москвы можно по парку пройти несколько километров. Я живу на юго-западе, у нас тоже очень зеленый район. Просто гуляю с детьми в свое удовольствие. Мне кажется, это важнее, чем просмотр мультиков.

– Сколько вашим детям?

– У меня две девочки: три с половиной и почти два года. Старшая ходит в детский сад. Таких удобств в Италии нет. У меня в телефоне установлено приложение, а в садике – видеокамеры, и мы с женой можем наблюдать, что с дочкой в этот момент происходит. Супруга сидит с детьми. И я считаю, что это достаточно тяжелая и важная работа.

Я бы хотел остаться жить в Москве. Хочу, чтобы девочки здесь учились, и меня не пугает обучение в московской школе. Может, высшее образование они будут получать в Швейцарии. Но до этого еще далеко! ■





Ицуки Дзайма занимался в России разным бизнесом, а успеха добился, создав курсы по изучению японского языка

И дело расцвело «Цветами сакуры»

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Ицуки Дзайма родом из японского города Фукуоки. В России он живет уже 16 лет, 10 из которых в Москве. Ицуки торговал рыболовными снастями, продавал подержанные мотоциклы, кормил россиян японской пиццей окономияки... А последние три года учит москвичей японскому языку в частной школе «Цветы сакуры» (по-японски – «Оока»). О своих невероятных приключениях в России, неудачах и успехах бизнеса он откровенно рассказал журналу BIGMOSCOW.

– Первый раз я попал в Россию в 1995 году, в 17 лет, когда еще учился в школе, – рассказывает Ицуки Дзайма. – Мне были очень интересны события гражданской войны и иностранной военной интервенции, в том числе в Сибири и на Дальнем Востоке. Они коснулись моей семьи: один из моих родственников принимал в происходящем тогда в России участие. А еще я обожал Достоевского, поэтому решил, что буду учиться в городе, где жил и творил великий русский писатель – в Санкт-Петербурге.

Не зная русского языка, я замахнулся на поступление в Петербургский государственный университет. На приемных экза-

менах на филологический факультет я не мог ответить на простейший вопрос преподавателя о том, как меня зовут, и тогда она с русского перешла на английский. Подходящей группы с моими нулевыми знаниями не нашлось, и мне предложили индивидуальную программу. Предупредили, что обучение будет стоить дороже – 6 тысяч долларов в год.

Первые полтора года я занимался только изучением языка. Жил в русской семье, где было двое детей. Учил язык, как говорится, с пол-

ным погружением. Потом поступил на подготовительное отделение исторического факультета СПбГУ. Но на третьем курсе оставил учебу. После кризиса 2000 года я никак не мог найти работу и вынужден был вернуться в Японию. Работал в компании отца, но в один из дней раз-



Первые полтора года я занимался только изучением русского языка.

дался телефонный звонок из Петера. Мой русский друг пригласил меня поработать в сфере торговли. Сказал, что есть немало людей, которые заинтересованы покупать японские товары. И в 2003 году я вернулся в Санкт-Петербург. Мы занялись поставками в Россию рыболовных снастей.

В своем родном городке Фукуока я зарегистрировал компанию. А в Петербурге мы с двумя партнерами открыли магазин для рыболовов, я занялся поставками товаров. Два года мы успешно работали. Но потом мои партнеры между собой поссорились, и мы закрыли магазин.

Я отправился в самостоятельное плавание. Из Петербурга переехал в Москву, открыл компанию, стал сотрудничать с крупной японской фирмой «Байк-О», которая занималась продажей подержанных мотоциклов.

Наш салон базировался в большом торговом комплексе. Мы продавали «Хонды», «Судзуки» с пробегом. «Байк-О» вложила в этот бизнес крупную сумму – 1,5 миллиона долларов.

– Россия и Япония – разные «планеты». Как вы приспособились к местному менеджменту?

– Да, у нас разные ценности. Но во многих моментах мы все-таки очень похожи. Например, русские, как и японцы, ценят отношения людей. В Европе – все по контракту. А здесь принято доверять друзьям. То есть если я что-то сказал, то сделаю, обещал – выполню.

– Отношение сотрудников к работе вас устраивало?

– В Японии сотрудники, когда приходят утром на работу, сами моют пол, чистят мотоциклы, ни минуты не сидят на месте. Мы с детства видим, как все кругом работают. А здесь люди приходят и сначала наливают себе чай. Потом идут курить, обсуждают новости. А работать начинают, лишь когда приходит клиент. Сначала я злился и раздражался, но потом понял, что мы из разных миров. Очень долго люди здесь жили при социализме, когда стараешься или не стараешься – зарплата была одна и та же. Отсюда и очень низкая

В России немало людей, которые готовы покупать японские товары.





Школу «Цветы сакуры» я открыл в сентябре 2012 года, и дело у меня сразу пошло.

производительность труда. И это наследие еще осталось. Тут сказываются и привычка, и воспитание. В результате я понял, что надо искать компромисс. В Японии люди в большинстве своем трудоголики, и на простую жизнь у них часто не остается времени. Это тоже неправильно. В России все хотят находить время и на работу, и на семью, и на общение с друзьями. Человек не должен из-за работы жертвовать всем.

– Почему вы все-таки свернули бизнес с мотоциклами?

кафе. Для начала снял небольшое помещение в 55 квадратных метров в жилом доме в самом центре, недалеко от метро «Пушкинская». Это было очень хорошее место. В дело я вложил 250 тысяч долларов, все свои накопления. Плюс небольшую сумму занял у друзей. Дизайном занималась японская компания. Все ремонтные работы делали местные мастера.

Не успели мы повесить вывеску, как я столкнулся с противостоянием местных жителей. Мне сказали: если я хочу, чтобы кафе работало

Здесь все хотят находить время и на работу, и на семью, и на общение с друзьями.

– Продажи шли хорошо, и у меня были большие планы. Но в 2009 году резко подняли пошлины на ввоз автомобилей и мотоциклов. У нас в салоне цены подскочили на 50%. В стране как раз разразился кризис. Торговать мотоциклами стало невыгодно.

Я вынужден был закрыть мотосалон и решил осуществить давнюю мечту – открыть сеть небольших

в их доме, я должен и с ними делиться выручкой. Это было товарищество собственников жилья (ТСЖ). Но я арендовал помещение у компании-собственника и уже платил за это 7500 долларов в месяц. Жители же твердили: «У вас вывеска висит выше первого этажа... Вы установили кондиционер, и это портит облик дома...»

Но все-таки мы открылись. В кафе работало 9 человек: 3 повара, 5 офи-





Моей целью всегда было сделать ближе Японию и Россию.

цианток и менеджер. Я решил не заниматься суши, потому что понимал, что в Москве нет моря. Зато в России любят блины. Поэтому я решил сделать ставку на японскую пиццу – окономияки, что в переводе означает «то, что ты хочешь». Основа – тесто и капуста, а начинка может быть разной: копчености, грибы, запеченное мясо, сыр или морепродукты. Все очень просто и быстро готовится. Цены у меня были весьма демократичные. Средний счет составлял около 300 рублей.

Трудностей, конечно, хватало. Например, если в Японии ты открыл предприятие общепита, к твоим услугам множество компаний, которые

привозят продукты уже нарезанными. То есть ты работаешь с партнерами. В России это не развито, схему поставок мне пришлось выстраивать самому. Все договора также заключал самостоятельно. Потом уже менеджер занимался заказами и приемом товара.

Через год я вышел «в ноль», прошел такую ватерлинию бизнеса, или точку безубыточности. Но тогда у меня за целый год было только три дня выходных. И я работал по 15 часов в день. Тогда же я понял, что прибыли особой, увы, не будет. К тому же начались проблемы с представителями контролирующих органов. Платить взятки я принци-

Юрист

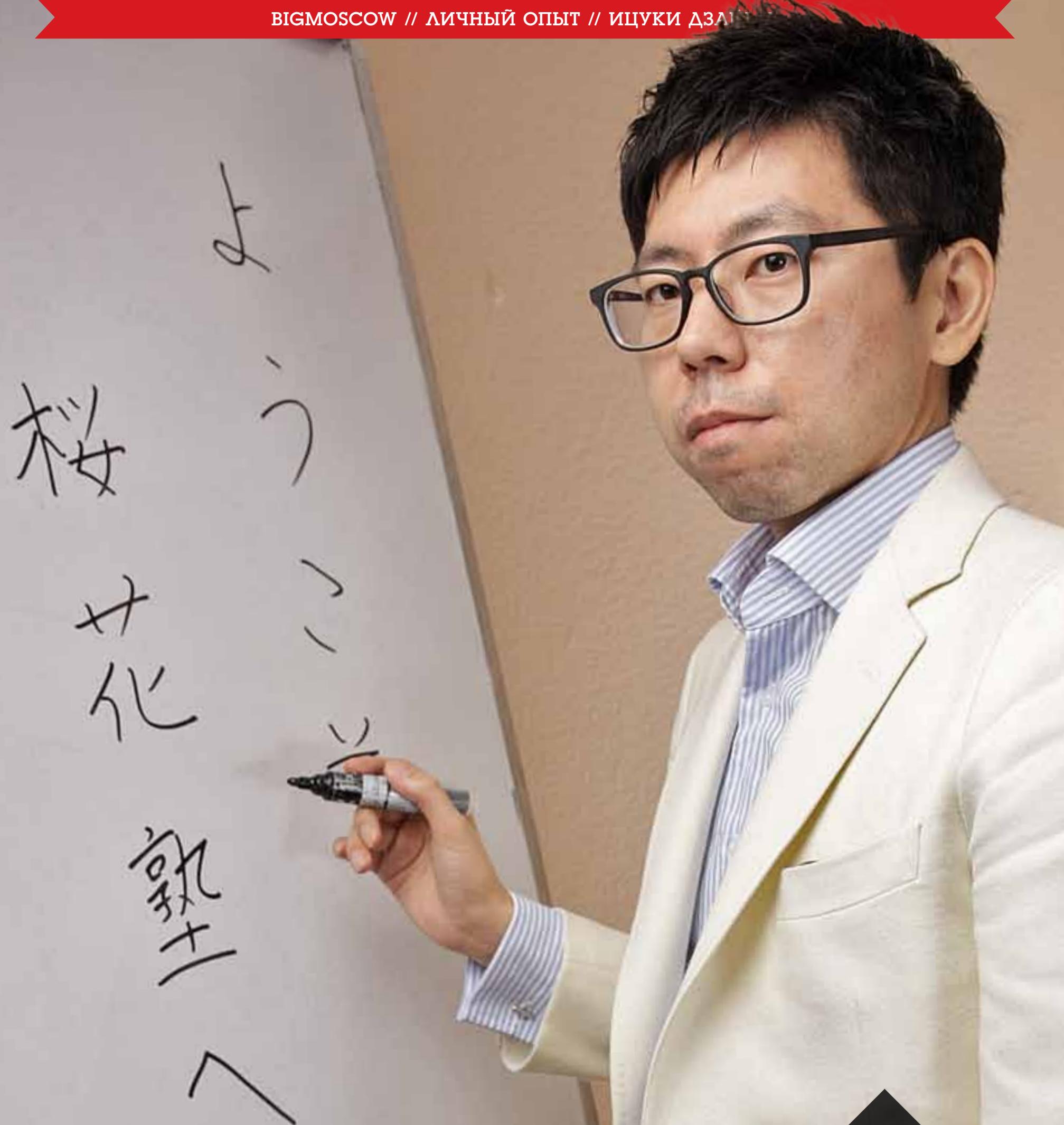


Наталья Зяброва,
партнер юридической
компании LegalWay



Согласно Жилищному кодексу РФ Товариществом собственников жилья (ТСЖ) признается некоммерческая организация, объединяющая собственников помещений в многоквартирном доме для совместного управления всем комплексом недвижимого имущества, обеспечения эксплуатации, владения, пользования и в установленных законодательством пределах распоряжения общим имуществом. В той или иной форме подобные объединения собственников многоквартирных жилых домов существуют в разных странах.





У нас разные ценности, но во многом
мы похожи. И русские, и японцы
ценят человеческие отношения

пиально не хотел. Кафе проработало 2 года, и я решил его закрыть...

– Продать бизнес не пытались?

– Продать малый и средний бизнес в России очень трудно. Люди не верят, что бухгалтерия у вас может быть в полном порядке.

А так как к нам приходило в кафе много молодежи, которая интересовалась японской субкультурой, я повесил объявление о наборе на курсы по изучению японского языка. Сразу появилось 15 учеников.

Школу «Цветы сакуры» я открыл в сентябре 2012 года. И дело у меня сразу пошло. Название очень сим-

волично. Сакура является символом японской культуры и японской души. Помещение мне предоставил знакомый японец. У него был небольшой офис недалеко от метро «Автозаводская». Я снял у него одну комнату. В бизнесе с кафе я потерял почти все свои деньги, поэтому вкладываться в отдельное помещение не хотел.

Потом уже я подыскал помещение 70 квадратных метров в центре Москвы, на Шаболовской. В этом мне помог знакомый агент, с которым я сотрудничал, еще когда искал площади под кафе. Для успеха в России очень важно иметь хороших знакомых в различных областях. Здесь

Мнение



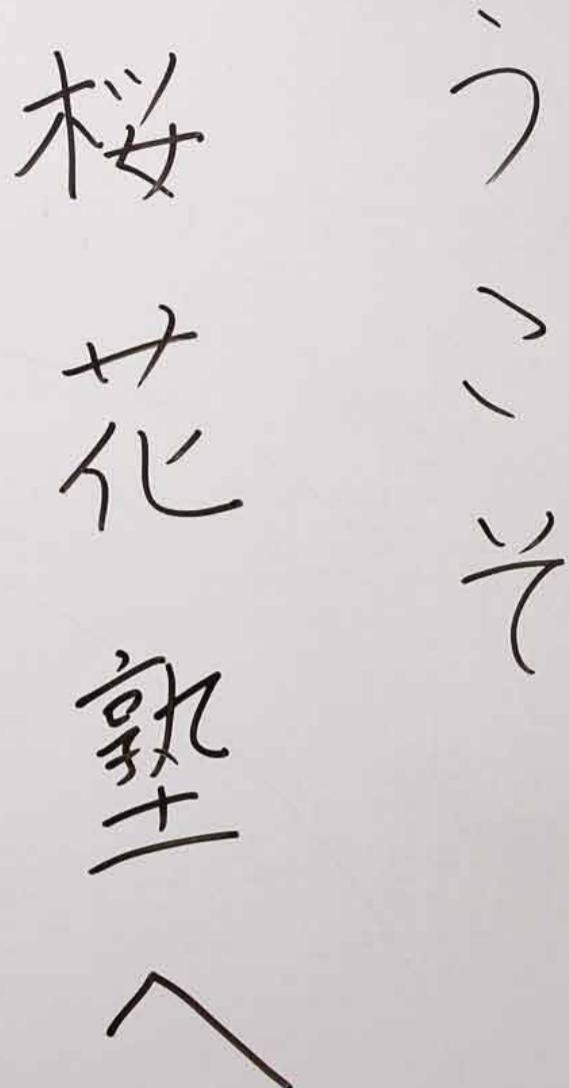
Екатерина Чегнова,
директор Школы
иностранных языков
Star Talk



Сегодня рынок школ иностранных языков в Москве крайне конкурентен. Считается, что это один из самых прибыльных сегментов бизнеса, не требующий больших вложений. Школы делятся на разные категории. Есть мировые бренды, в рекламу которых вкладывают сотни тысяч долларов. Конкурировать с такими трудно, но возможно. Как?

- 1) Занять свою нишу и ориентироваться на свою целевую аудиторию.
- 2) Предлагать максимально низкие цены и привлекать большее количество людей.





очень многое строится на личных отношениях.

За аренду я плачу сейчас 70 тысяч рублей в месяц. До недавних пор это было почти в 2 раза дороже, чем в Токио. Сейчас рубль упал, поэтому затраты по этой статье сравнялись.

– Расскажите подробней о вашей школе...

– Нашему учебному центру уже 3 года. Сейчас у нас занимаются 90 человек. Работают 6 преподавателей. Группы маленькие, по 6 человек. Занятия делятся 2 часа. Стоимость обучения – 6 тысяч рублей за 8 занятий в месяц.

Надо заметить, что у нас одни из самых низких цен в Москве. Программу обучения я разработал совместно со своим партнером из Японии.

– Кого считаете своими конкурентами?

– Местные университеты, вузы. Но там преподаватели упор делают на грамматику, а разговорной практики явно не хватает, потому что в аудитории по 15–20, а то и больше человек. А мы на занятиях как раз много говорим. Каждый из шести учеников имеет возможность практиковаться. Мы разделяем с ними радость обще-

Для успеха в России очень важно иметь хороших знакомых в различных областях.

ния. А я считаю, что при изучении языка очень важно получать от этого удовольствие.

– Кто ваши ученики?

– Средний возраст наших учеников – 25 лет. В основном это люди, которые уже получили высшее образование. К своему диплому они хотят добавить знание японского, чтобы для них открылась дорога в Японию.

Моей же целью всегда было сделать ближе Японию и Россию. Мы соседи, но наши отношения недостаточно развиты. Я верю, что, изучая языки и культуру друг друга, мы найдем еще больше точек соприкосновения. ■

Эксперт

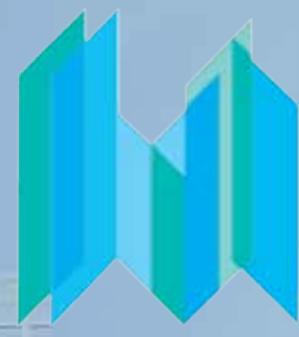


Леонардо Сичилиано,
консультант
по стратегическим
инвестициям компаний
«Леонардо аудит»



Я удивился, узнав, сколько языковых школ и курсов сегодня работает в Москве, а также как много используется в этой области различных обучающих техник и методик. Это наводит на мысль о том, насколько развитым и в то же время недооцененным является этот рынок. Более того, я уверен в его отличных перспективах, учитывая, что процент хорошо владеющих английским среди россиян все еще довольно низок. А ведь учат москвичи не только английский. В Москве насчитывается 41 школа, в которой 1680 детей активно изучают итальянский. При-





investmoscow.ru



**Единый
инвестиционный
портал Москвы**



НА РАБОТУ В МОСКВУ



В России наайдется дело всем!

Так считает финансист **Зейн Адам**,
удостоенный Золотого аттестата
Ассоциации российских банков

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ВИКТОР ВАРЗАКОВ



Послужной список Зейна Адама впечатляет: учился в двух американских университетах, занимал ответственные должности в Deutsche Bank, American Express, BNP Paribas, Royal Bank of Scotland, Lloyds, Banco Santander, ABN Amro, консультировал Федеральную резервную систему США (по сути, американский Центральный банк) и Financial Service Authority (орган финансового регулирования и надзора Великобритании). Сегодня он рассказывает о своей жизни и работе в столице России.



– Вы еще во время учебы в США занимались финансовыми рисками. А чем вам стали интересны Базельские стандарты?

– Всерьез этим направлением я увлекся уже после учебы в США, во время работы в Великобритании. Коллега дал почитать документ, подготовленный Базельским комитетом по банковскому надзору. Меня попросили высказать мнение. И новая концепция меня увлекла. Я подключился к работе по ее развитию и теоретическому обоснованию. И стал непосредственным участником разработки Базельских стандартов – международных стандартов определения финансовых рисков и управления ими. Этих соглашений-рекомендаций уже три: для краткости их именуют «Базель II, Pillar I», «Базель II, Pillar II (ВПОДК)» и «Базель III, ПКЛ и требования к капиталу».

Как и мои товарищи, я был убежден, что банки, которые примут стандарты Базеля, в конечном счете не только обретут большую стабильность, но и смогут увеличить доходы. При этом и для заемщика получение кредита станет проще и дешевле.

Мы представили свои наработки в Париже на конференции финансо-

вых директоров крупнейших банков Запада. Наши идеи заинтересовались в профессиональном сообществе.

С тех пор мне уже не приходилось рассылать куда-то свои резюме. Меня узнали, и ведущие банки стали звать меня на работу в качестве консультанта.

– И вдруг вы оказались в Москве. Чем вас привлекла Россия?

– Совсем не вдруг. Мне позвонил топ-менеджер российского «Альфа-банка». Предложил при-

менить свои разработки у них. Я подумал и отказался. «Какая Россия?!» – тогда я был уверен: чтобы строить серьезную карьеру, надо работать в одном из мировых финансовых центров – в Лондоне, Нью-Йорке или Париже. А спустя год меня убедили, что в Москве я могу заниматься по-настоящему серьезным делом в огромных масштабах. И я согласился.

– Принимая решение, вы с кем-то советовались?

– Конечно. Поговорил с отцом. Он бизнесмен. Чего, говорит, тебе ехать

О ЗЕЙНЕ АДАМЕ



НАГРАЖДАЕТСЯ

Зейн Адам

Управляющий директор
Управления по экспресс-по-
ставкам Банка

НАГРАЖДАЕТСЯ

Зейн Адам

Управляющий директор
ОАО "Альфа-Банк"

**В Москве я занимаюсь по-настоящему
серьезным и масштабным делом.**



в эту Россию? У тебя в Лондоне солидный пост, получаешь хорошие деньги. Сиди спокойно.

Тут надо понимать... Я родился в стране, которая тогда называлась Родезией (сейчас Зимбабве). Тогда у нас шла гражданская война. Моя страна боролась с коммунизмом. К счастью, когда я кончал школу, война закончилась. Мне даже не пришлось отбывать воинскую повинность. Представьте, как были воспитаны люди старшего поколения? А ведь сегодня все изменилось и в России, и в мире. Поэтому, когда я рассказал о своих планах маме, она меня поддержала.

Мама к тому времени успела побывать в России и посетить Санкт-Петербург. Она тогда сказала: «С русскими не очень легко. Они не похожи на нас, более угрюмые, мало улыбаются. Но пожить в России тебе было бы очень интересно».

Сегодня я полностью с ней согласен: жизнь и работа в России – это интересный и полезный опыт.

– А каким было ваше первое впечатление от России?

– Прискорбным. Прилетел – а в «Шереметьево» никто меня не встретил, хотя уже ждали на работе. Пришлось самому искать такси и добираться до гостиницы...

– Но сейчас в Москве вы уже освоились?

– Москва 2011 года и Москва сегодняшняя – это словно два разных города. Она стала намного чище, улицы и дома отремонтированы. Не знаю, может, это делается к чемпионату мира по футболу? Но явно делается.

Есть, конечно, тут и проблемы. Сервис пока хромает. На иностранца часто смотрят как на заезжего богатея, с которого надо взять больше денег. Отношение к клиенту в магазине или ресторане бывает безразличное. Это мелочи, но культуру сервиса явно надо менять.

– Вы приехали не зная ни слова по-русски. Потом язык учили?

– Полгода занимался с преподавателем. Это было тяжело. Я проводил встречи с представителями бан-

**Жизнь и работа в России –
интересный и полезный опыт.**





Большинство моих друзей
в Москве русские.



ков в ежедневном режиме, включая выходные, вел долгие переговоры. Надо было подбирать команду, искать жилье, покупать машину... Когда доходило до занятий, я был так измотан, что преподаватель молча шел варить мне кофе... И я вынужден был прекратить занятия, решив, что постепенно освою язык на практике. Конечно, если я хочу продолжать работать в России – а я хочу, – язык надо учить.

– Вы упомянули, что поначалу было очень трудно. В чем были проблемы?

– Мне пришлось начинать практически с нуля. О Базельской системе стандартов в России представления были крайне расплывчатые. Перевод швейцарских документов, конечно, здешние специалисты читали. Но что касается их применения на практике – не всегда понимали правильно.

*Про Базельский
комитет
и Базельские
стандарты*





В тот момент банки в России первой действовали по английской пословице: «Penny wise pound foolish» (буквально: умен на пенни, а глуп на фунт). То есть были слишком консервативны и расчетливы в выдаче кредитов малому бизнесу, но при этом раздавали сотни миллионов на какие-то довольно рискованные мегапроекты. Никто не мог безошибочно определить реальную стоимость кредитов, финансовые риски. Эксперты работали не по четким и обоснованным критериям, а, как говорят русские, на глазок.

Мне было понятно: чтобы система начала давать результаты, к ней должен подключиться не один «Альфа-банк», а как можно больше крупных игроков. И я обратился в Центробанк. Взял с собой переводчицу и, что называется, «постучался с улицы». И – представляете?! – встретил там понимание. В России сегодня очень сильны процессы интеграции страны в мировую экономику. В итоге мы создали рабочую группу по обсуждению и внедрению в стране Базельских стандартов. Пригласили к сотрудничеству первые несколько банков.



**Приняв Базельские стандарты, банки
обретут стабильность и увеличат доходы.**

Признаюсь, порой людей приходилось буквально вытаскивать на контакт, убеждать прийти к нам. Убеждать, что Базельские стандарты созданы не для того, чтобы навредить России, которая подошла к этому вопросу одной из последних. Ведь в США, Гонконге, Европе работают над применением Базельских стандартов уже лет десять. Их успешно внедрили в Бразилии, Китае, в Индии... То, что мы предлагаем, в конечном счете пойдет на пользу и конкретному банку, и всей финансовой системе страны.

Да, для внедрения этих рекомендаций потребуются определенные затраты. Но те, кто говорит: «Зачем? У нас сегодня и так все нормально» – не понимают, что надо думать не только о сегодняшнем дне.

В итоге в рамках Ассоциации российских банков мы создали отраслевую структуру – Комитет по управлению рисками. Я его основатель и президент. И сегодня в работе Комитета активно участвуют уже 57 крупных российских банков.

– Вы приехали в Москву, никого здесь не зная. Каков круг ваших друзей и знакомых сегодня?

– Я пожил в разных странах и легко схожусь с новыми людьми. И везде у меня остались друзья.

Я родом из Зимбабве. Иностранцы, как правило, общаются в частной жизни с земляками. А в Москве зимбабвийцев немного. Поэтому, у меня есть товарищи среди живущих здесь иностранцев, но большинство моих друзей в Москве все-таки русские.

Один из моих самых близких друзей Игорь Корнеев, знаменитый когда-то футбольный полузащитник ЦСКА и сборной СССР, он играл за «Барселону», а теперь заслуженный тренер России. Мы часто встречаемся, я хорошо знаю его семью.

– А как вы проводите свободное время? Если оно у вас есть...

– Сейчас уже есть. Я холостяк, живу один. Хожу в кино, обошел в Москве едва ли не все музеи. А здесь есть на что посмотреть! Часто по-

В России сильны процессы интеграции страны в мировую экономику.



сещаю кафе и рестораны. Люблю вкусно поесть. Сам, кстати, много готовлю, и считаю, что неплохо. Нет, правда, так говорят и мои коллеги: я нередко приношу свои кулинарные изыски на работу, угощаю команду.

– Вы живете один. Чувствуете ли себя при этом в безопасности?

– Абсолютно. С точки зрения личной безопасности мне в России очень нравится. Я спокойно брожу вечерами один по центру Москвы и разговариваю по мобильному. Попробуйте сделать то же самое в Йоханнесбурге! У вас телефон отберут. И хорошо если не пристукнут. Да и в Лондоне в отдельных районах...

– Уезжать из Москвы вы, я вижу, не собираетесь?

– Мой контракт с «Альфа-банком» истекает в 2017 году. А дальше... Надеюсь, я заработал себе достаточную репутацию в здешнем банковском сообществе, чтобы не остаться здесь без дела...

– Представьте, что к вам обратился иностранный предприниматель, подумывающий об открытии в России бизнеса. Что бы вы ему посоветовали?

– Зачем представлять? Я сам подумаю открыть здесь собственный бизнес. Не банк, конечно. А компанию по финансовому консалтингу: российская экономика сегодня крайне привлекательна для иностранных инвесторов и своими масштабами, и потребностями, и потенциалом, возможностями и перспективами. Здесь найдется куда приложить силы очень и очень многим инвесторам. И при этом я считаю, что иностранцу в России создать свой бизнес не совсем просто. Ему нужна помощь. Не зная местных реалий, трудно пройти весь процесс регистрации своего дела, разобраться в налоговом режиме.

Совет же иностранцу, подумывающему об инвестициях в России, я бы дал такой: для успешного начала бизнеса в России лучше иметь надежного российского партнера. ■





1600 оттенков чёрного и зелёного

Как индиец **Ашис Ранджан Дас**
открыл для россиян
элитные сорта чая

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Ашис Ранджан Дас родился в Индии, закончил Университет Дружбы народов в Москве физиком-ядерщиком, защитил кандидатскую диссертацию. А в итоге, как и его предки, стал чаеведом.

Почти три десятилетия он дегустирует, отбирает и поставляет чай на российский рынок. Сначала трудился в семейном бизнесе, затем занялся поставками чая в других крупных компаниях («Тош», «Юниливер», «Липтон», «ПИК и Ко»). А потом **Ашис**, 8-й по рангу среди 1500 мировых экспертов-титестеров способных различать тысяча шестьсот (!) вкусов чая, возглавил в столице России собственную компанию «Биоимпорт».



Настал момент, когда в России выгодно предлагать потребителям качественный товар.

— Я родом из Калькутты, — говорит Ашис Раджан Дас, — там моя семья занимается чаем уже более ста лет. Но я изначально не планировал продолжать династию. Уехал учиться в Советский Союз. В Университете Дружбы народов получил специальность — «Оптимальное управление ядерными реакторами». СССР тогда строил в Индии атомные электростанции. Но физиком-ядерщиком я так и не поработал. Будучи аспирантом, женился на русской девушке. У нас родился сын. Отрабатывая контракт трудился в отделе образования посольства Индии в Москве. Потом — преподавал математику в индийской школе. Тут-то мои «предки» и попросили меня поработать с ними.

— Что представлял из себя в те годы российский чайный рынок? И когда Вы поняли, что работать на нем — выгодно?

— В Советском Союзе многое было дефицитом. В том числе и хороший чай. В специальные «праздничные» заказы, наравне с сырокопченой колбасой, клали и коробочку чая с индийским слоном на этикетке. Этот слон являлся торговой маркой Московской чайной фабрики. Правда, индийского чая там было около 25%, а остальной — выращенный в Грузии, Азербайджане или в Краснодарском крае.

Советский Союз закупал тогда килограмм с лишним чая на человека в год, около 260 миллионов килограмм. Большинство — из Индии, где были задействованы 5 крупных поставщиков. И все прекрасно зна-

ли какой чай, где и когда надо отгружать. Небольшая часть товара поступала с Цейлона. Система — строго отлажена. Стоимость чая — очень низкая.

Я планировал помочь семье, а потом все-таки заняться наукой. Но





**Моя семья занимается чаем
уже более ста лет.**

в СССР случилась перестройка. Надо было кормить семью. А система поставок индийского чая оказалась уничтожена...

Случайными закупками напоить огромную страну было невозможно. Помню, в 1991 – 92 годах мы поставляли на рязанскую фабрику тысячу тонн чая ежемесячно. 20 дней в месяц я проводил на разных фабриках: на рязанской, алма-атинской, иркутской...

Тогда я первый раз привез в Россию очень хороший индийский чай

понял, что в России настал момент, когда можно и крайне выгодно предложить на рынке качественный товар. И спрос будет только увеличиваться.

– А в чем, по-вашему, особенность российского чайного рынка?

– Особенностей немало. Одна из них, например, заключается в том, что жизнь каждого нового вкуса чая в России – очень маленькая. Каждые

В России бизнес еще и сегодня строится не на спросе, а на нехватке предложений.

в железных банках. В Москве, на Арбате, в то время работал валютный магазин. Там-то и попросили нас привезти элитный чай. Мы доставили два контейнера. Закупочная стоимость была по доллару за банку. А продали мы их по 2,5 доллара. В магазине же такая банка стоила уже \$5. Мы поставили этот чай 23 декабря, а на следующий день пошли, чтобы купить знакомым тричетыре баночки. Но оказалось, что все уже разобрали. Именно тогда я

три-шесть месяцев тут надо предлагать что-то новое. Это касается, кстати, и водки, и майонеза, и других товаров. У нас в Индии люди в большинстве своем остаются верны определенному вкусу чая всю жизнь. И очень тяжело пробиваться чему-то новому. Для сравнения, и в Китае предложить что-то новое вообще практически невозможно. Даже приезжая в другую страну, они хотят есть только китайскую кухню и пить только свой излюбленный чай.





**Чтобы вести успешный бизнес в России —
лучше знать и русский язык.**

Русские же люди, наверное – из-за былых времен дефицита, во многом и сейчас психологически настроены, что приобретут в магазине то, что им предложат. В России бизнес, несмотря на колоссальные перемены последних лет, еще и сегодня строится не на спросе, а зачастую на отсутствии предложений.

– *Какие пристрастия россиян Вы учитываете при поставках чая?*

– Есть удивительные вещи. Люди здесь привыкли пить компот. Мелочь? Но именно на этом пристрастии россиян хорошо сыграла компания «Пиквик», которая предложила широкий ассортимент чая с фруктовыми добавками, а также травяной чай. У компании рентабельность в России зашкаливала за 1000% (!), в то время как в Европе пиковая рентабельность составляла в лучшие годы не более 20%. А все потому, что у людей в России уже был сформирован вкус, они получили чай, который напоминал им привычный компот.

А самое интересное, что больше всего чая с добавками производит... Германия. Сами они его не пьют, а большую часть поставляют на российский рынок.

– *А если сравнивать черный чай и зеленый, какой из них пользуется у россиян большим спросом?*

– Мужчины от 35 лет и выше предпочитают крепкий черный чай. В крупных городах хорошо раскупается и зеленый. Потому, что усиленно укореняется мнение, что он полезен. Россияне распрабовали пуэр, изготовление которого подразумевает естественное (7-8 лет) или искусственное (30-100 дней) состаривание сырья. А также те гуаньинь ван, анси – желтый чай и дарджилинг, который называют «чайным шампанским». Этот черный чай с утонченным мускатным, слегка терпким вкусом и цветочным ароматом выращивают в Гималаях, на высоте 750- 2000 метров над уровнем моря, при холодном и влажном климате.

**Аренда офисов и складских помещений
теперь в России – не проблема.**





Хорошо идет чай в пакетиках. Вкусовые качества и свойства у него те же, что и в рассыпном варианте. А теряет он только 15% по настою, поскольку фильтруется.

Сегодня в России можно предложить более качественный чай. Причина простая: люди хорошо знают, что такое плохой чай. И теперь россияне, москвичи готовы и способны платить за качество.

В отличие от Китая или Индии, здесь работающий человек в любой сфере очень дорого стоит. Поэтому заниматься нижним сегментом чая тут не очень выгодно. Если чай стоит 2 доллара, вы его за 3 доллара тут не продадите. Максимум – за \$2,20, потому что для потребителя это разница небольшая. А вот чай, который стоит 10 долларов, здесь покупают за \$11. Для потребителя это не явля-

ется проблемой, с учетом качества покупки.

– Откуда идут ваши поставки чая?

– Из Китая, Индии, Вьетнама, Индонезии, частично – из Кении, Шри-Ланки, Непала... Но больше всего – из Китая.

– Кто сегодня ваши клиенты в Москве?

– 90% – это магазины, в том числе и интернет-магазины. В небольшом количестве чай у нас берут фасовщики. Мы продаем чай по всей России. Сейчас мы разделили два бизнеса: моя семья продолжает работать в нижнем сегменте, а мы – в верхнем.

– Насколько сложно было арендовать офис и склады?

– Аренда офисов и складских помещений теперь в России – не проблема. А вот с чем возникают трудности, так это с кадрами, особенно – среднего звена. Найти хорошего бухгалтера еще можно, а вот менеджера по продажам – большая проблема. В нашей фирме, например, работают 10 человек. И в этой позиции – постоянная текучесть кадров. Я думал, может быть только у меня такая ситуация? Поговорил с другими бизнесменами, и у них та же картина.

Мои знакомые из кадровых агентств рассказывают, что первый вопрос, который задает почти каждый соискатель: «А какая у меня будет заработка плата?» Не то, что он может дать компании, а прежде всего, что может получить.

Мне говорят: «Все дело в местном менталитете». В бизнесе, если мы хотим его успешно вести, не должны учитывать ни религия, ни менталитет. Человек просто должен быть хорошим работником.

– Чтобы заниматься в России бизнесом, обязательно ли знать русский язык?

– Да. Чтобы вести успешный бизнес в России – лучше знать и русский язык. В России много субъективных проблем. Знание языка как раз дает понять, почему они возникают.

– Как на вашу компанию повлиял кризис?

– Закупки снизились. По той причине, что уменьшилась средняя сумма чека. Но и тут не без особенностей: люди в России могут купить iPhone6 за 85 тысяч рублей, но при этом... будут экономить на питании. После скачка доллара те же яйца, которые стоили от 27 рублей, стали продавать по 62 рубля. А я вот не понял: курицы что ли начали есть валюту? Но при этом чай, поставки



**Нужно быть интересным рынку
новой продукцией, новой моделью
управления или новой технологией.**

которого идут из-за границы, люди хотят покупать по прежней цене и даже просят ее снизить.

– *Насколько велика в Вашем бизнесе конкуренция?*

– Очень много людей стали сами ездить в Китай и привозить оттуда чай. Плюс валом идет «серый» импорт. Это объясняется просто: люди не хотят платить налоги. Причем, чай завозят не испытанный, не прошедший сертификацию. Каждый мнит себя знатоком. Недавно, например, мне позвонила одна женщина, которая у меня лет десять назад работала, и говорит: «Я теперь с чаем на «Ты». Я, конечно, говорю:

«О, вам повезло!». А я сам из «чайной» семьи, много лет занимаюсь чаем и до сих пор с ним на «Вы». Причем, любовь эта односторонняя: пока что чай люблю я. Любит ли он меня, я смогу сказать только в конце жизни.

– *Какое напутствие Вы можете дать иностранцам, которые собираются работать в России?*

– Чтобы добиться успеха в России нужно быть интересным рынку или новой продукцией, или новой моделью управления, или новой технологией. Так что, пусть дерзают! ■





maxitumtest.ru



И учить, и учиться

*Компания MAXIMUM успешно
готовит российских школьников
к экзаменационным тестам,
совмещая офф- и онлайн-обучение*

ТЕКСТ: МАРИНА ЧЕРНЕЦОВА | ФОТО: MAXIMUM

Введенная не так давно в России система тестирования в учреждениях общего образования (единий государственный экзамен – ЕГЭ, основной государственный экзамен – ОГЭ, государственная итоговая аттестация – ГИА и государственный выпускной экзамен – ГВЭ) заметно отличается от былых классических выпускных испытаний с билетами.

*Поэтому и подготовка выпускников к сдаче тестов понадобилась особая. Предприниматель **Михаил Мягков** обратил внимание на уже существующий зарубежный опыт и решил построить свою систему качественной подготовки тех, кто планирует сдавать российские тесты.*

Михаил Мягков решил применить международный опыт подготовки к стандартизованным экзаменам в российских реалиях. Уйдя с должности вице-президента образовательной компании Kaplan, он вернулся в Россию, где тогда, в 2012 году, как раз шло активное внедрение ЕГЭ. Мягков знал, как именно надо строить систему подготовки к типовым экзаменам. И взялся за реализацию

этой идеи. Его пыл не охладили первоначальные отказы инвесторов, а энтузиазм и уверенность в успехе все-таки помогли привлечь первые средства.

Весной 2013 года появились курсы подготовки к ЕГЭ и ОГЭ MAXIMUM, которые за предэкзаменационный период успели пройти 100 первых учеников. Позитивные отзывы уча-

Михаил Мягков применил зарубежный опыт в российских реалиях.



щихся и их родителей, а главное, высокие баллы, полученные детьми при сдаче ЕГЭ, только помогли делу.

— Мы стартовали тогда, когда появилась «экосистема» для нашей компании — то есть в РФ появился ЕГЭ. Раз есть такой экзамен, значит, наша компания может предложить качественный продукт, вложив в него необходимые ресурсы, разработав технологическую базу и подобрав преподавателей высокого уровня. А потом расти за счет масштабирования на другие специаль-

Siguler & Guff. При их поддержке стартап запускает новый проект — подготовку российских школьников к TOEFL, IELTS и другим зарубежным экзаменам совместно с компанией Kaplan.

Обучающие программы MAXIMUM делятся на три категории.

Первая — это офлайновые курсы в Москве и других крупных городах России. В данном случае компания бросает вызов существующим стереотипам и меняет представление

В 2014 году курсы прошли 2600 человек, через год — 7000, а к маю 2016-го этот показатель будет 30 000.

ности и на другие регионы страны, — рассказывает Мягков.

Вслед за основателем в проект поверили и абитуриенты: уже в следующем учебном году обучение в компании прошли 2600 человек, еще через год — 7000, а к маю 2016 года планируется довести этот показатель до 30 000.

После столь успешного старта деятельности MAXIMUM заинтересовались серьезные инвестиционные фонды, включая нью-йоркский

о подготовке к экзаменам, сложившееся в России. Раньше это были занятия один на один с репетитором, и чем выше был его педагогический стаж, тем считалось лучше. В MAXIMUM система построена по-другому. Родители получают доступ онлайн к образовательной системе курсов, в итоге программа обучения становится прозрачнее: можно просмотреть уровень знаний ребенка, посещаемость и другую информацию.



Вторая категория курсов – дистанционное обучение для учеников со всей страны. Оно строится по схеме, сходной с оффлайновыми занятиями, но вместо общения в классах школьники подключаются к вебинарам.

Третий формат – небольшие программы по отдельным темам, состоящие только из видеозаписей, заданий и тестов.

– Нашим главным преимуществом мы считаем свое постоянное развитие. По итогам каждого занятия мы делаем выводы и используем самые успешные подходы во время следующего курса. Ни один репетитор не смог бы совершенствоватьсь так активно. А мы объединяем лучшие практики он- и оффлайна, чтобы довести качество обучения до идеала, – *делился Михаил*.

Добиваться такого эффекта помогает особый подход к подбору преподавателей. В MAXIMUM это в основном 25-летние выпускники лучших вузов страны, которые по своему опыту знают, что такое ЕГЭ, и могут похвастаться высокими баллами. Из 2500 претендентов на эту работу отобрали 72. И прежде, чем обучать, они прошли специальные курсы преподавателей и научились всем секретам специфического формата работы в MAXIMUM.

– Мы создали систему, идеальную для успешной подготовки к экзаменам и вполне доступную по цене: занятия в оффлайновых группах обойдутся у нас более чем в два раза дешевле, чем средняя оплата услуг репетитора, а дистанционные программы – еще в два раза меньше, – *итожит Мягков*. – При этом мы гарантируем качество обучения, которое постоянно растет. Где еще вы найдете такое предложение? ■



Интервью с инвестором стартапа MAXIMUM Леоном Зилбером.





www.sigulerguff.com



Российский рынок стартапов жив

Вице-президент нью-йоркского фонда
Siguler & Guff **Леон Зилбер** считает, что
перспективный проект отличают сильная
команда, знание рынка и понимание бизнеса

ТЕКСТ: МАРИНА ЧЕРНЕЦОВА | ФОТО: ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА

Американский фонд Siguler & Guff имеет богатый опыт поддержки стартапов по всей планете. Он инвестировал в образовательные компании в Китае, Бразилии, Индии...

О том, почему фонд решил поддержать московскую компанию MAXIMUM, о ситуации на российском рынке стартапов и его перспективах BIGMOSCOW рассказал вице-президент фонда Леон Зилбер.

Даже с другого континента видно, что сейчас точно не лучшее время для российского рынка стартапов: инвестиций все меньше, а успешные стартапы постепенно перебираются за Запад. Но это не повод для пессимизма, считает Леон Зилбер. По его мнению, перспективный стартап заметен издалека, да так, что не получится пройти мимо. Как это и случилось с российской компанией MAXIMUM.

– Почему вы решили инвестировать в российский

стартап? В вашем портфолио много проектов из России?

– Несмотря на текущую ситуацию, мы продолжаем искать многообещающие российские проекты. Есть несколько сегментов рынка, которые нам неинтересны (рекламные технологии, например, и ряд других), а вот в сферу образования мы верим. Я считаю, что компания MAXIMUM и ее команда – сегодня лучший образовательный проект в России.

И это не единственный бизнес с нашим участием на российском

Несмотря на текущую ситуацию, мы продолжаем искать многообещающие российские проекты.



рынке: мы также инвестировали в стартапы KupiVIP, Banki.ru и другие.

– Каким вы видите рынок стартапов в России? Отслеживаете ли ситуацию на нем и влияние кризиса?

– Рынок российских стартапов никуда не делся. Более того, ряд компаний и сегодня чувствуют себя прекрасно. Конечно, поток финансирования снизился, поскольку многие инвесторы прекратили вкладываться в российские проекты. Это заставило часть стартаперов переехать на Запад вместе со своим бизнесом. К сожалению, сейчас российский рынок очень отличается от себя же, бурно развивающегося в 2010 году, например.

– Как вы считаете, в чем сильные стороны российских проектов? И чего им чаще всего не хватает?

– У большей части российских стартапов, как правило, есть команда с сильным технологическим

бэкграундом. Однако у них очень примерное понимание конкретных бизнес-процессов, поэтому часто получается, что на первый взгляд проект выглядит заманчиво, но потом вдруг разочаровывает. Я видел большое количество компаний, которые разрабатывали интересные технологии, но при этом совершенно не могли объяснить, какую проблему решает их сервис.

– Чем отличаются стартапы в разных странах? Или для них характерны общие черты?

– Неважно, где находится стартап. Успешный проект всегда можно узнать по ряду характерных черт. Среди них – мотивированная команда, глубокое понимание бизнеса, сильная финансовая и маркетинговая стратегии и мощная экспертиза на локальном рынке.

– Чем вам импонирует сервис MAXIMUM? Почему вы решили вложить средства в него?

Рынок российских стартапов никуда не делся. Более того, ряд компаний и сегодня чувствуют себя прекрасно.



– Прежде чем принимать решение, инвестировать ли в ту или иную компанию, мы всегда проверяем проект по ряду критериев. Во-первых, смотрим, какая команда его делает. Создатели MAXIMUM нам понравились, потому что имели опыт в своей сфере и буквально горели своей идеей. Кроме того, мы обращаем внимание на знание рынка. Два руководителя MAXIMUM раньше работали в образовательных компаниях в Израиле и США, так что могли применить свой уникальный опыт в России, где стандартизованные тестовые экзамены только-только были внедрены. Третьим аргументом в пользу проекта стала LMS (Learning Management System) – система управления обучением. Сегодня российский стиль подготовки к экзаменам выглядит очень устаревшим и по большей части сводится к занятиям с репетитором по учебникам. MAXIMUM же предлагает онлайн-платформу с возможностью решения тестов в интернете, функционалом для отслеживания успехов и определения сильных

и слабых сторон ученика. Система управления обучением MAXIMUM предоставляет возможность следить за работой буквально в режиме реального времени. Проект стал первым на российском рынке образования, который смог предложить такую платформу.

– *Какую роль вы играете в развитии MAXIMUM? Влияете ли как-то на принятие решений, выступаете советниками или просто наблюдаете?*

– Наш фонд является инвестором и членом совета компании. Мы стараемся делать все, что в наших силах, чтобы помочь проекту. Но стоит подчеркнуть, что именно команда стартапа управляет развитием своего бизнеса и принимает стратегические решения.

– *Есть ли у вас другие проекты из сферы образования? Как вы думаете, насколько интернет-технологии изменят рынок? Что ожидает отрасль в будущем?*

Прежде чем принимать решение, инвестировать ли в ту или иную компанию, мы всегда проверяем проект.



– Да, ранее мы инвестировали в образовательные компании в Китае, Бразилии и Индии, а в России MAXIMUM стал первым таким стартапом с нашим участием. В США, пожалуй, самым ярким проектом на этом рынке является компания Kaplan. Однако всего год назад это был по преимуществу оффлайновый бизнес по подготовке к сдаче экзаменов с представительствами по всей стране. Но на данный момент Kaplan уже практически полностью превратился в онлайн-компанию с элементами оффлайна.

На наш взгляд, MAXIMUM – это как раз тот проект, который возглавит процесс перехода российского образования в интернет. И это особенно актуально, если учитывать размеры России. Использование возможностей Сети сделает обучение более доступным: школьники из всех регионов смогут готовиться к экзаменам с высоким качеством.

– Проходили ли вы сами какие-либо онлайн-курсы? Каковы ваши впечатления?

– Конечно, проходил. Я занимался в Kaplan, чтобы подготовиться к экзамену GMAT (*тест для поступления в бизнес-школы. – Прим. ред.*). И знаете что? Я думаю, что, если бы я не учился по этой программе, я в итоге явно набрал бы меньше баллов.

– *Какие факторы влияют на успешность стартапов? И из-за чего проекты чаще проваливаются?*

– Думаю, у каждой закрывшейся компании своя причина провала. Чаще всего проблема в том, что проект выглядит многообещающим, но в итоге быстро разочаровывает. Понятно, что стартапу требуется какое-то время, чтобы получить прибыль, поэтому инвесторы поддерживают компанию, пока она не выйдет на самоокупаемость или не будет кому-нибудь продана. Но если бизнес-ангелы не видят перспектив, теряют веру в проект, то его закроют. Именно поэтому так важно снова и снова убеждать инвесторов, что у сервиса есть будущее.

– *Что бы вы посоветовали зарубежным инвесторам, желающим вложить средства в российские стартапы?*

– Если хотите инвестировать в Россию, обязательно имейте в виду, что для видения ситуации лучше всего иметь в команде русскоговорящего человека, понимающего национальные особенности страны ■



...О стартапе MAXIMUM





Такой щедрый... Чебурашка!

*Российский рынок детских товаров
и услуг становится все привлекательней
для иностранных инвесторов*

ТЕКСТ: АНТОНИНА ЦИЦУЛИНА | ФОТО: АИДТ



Что представляет собой сегодня российский рынок товаров и услуг для детей? Какими могут быть точки приложения сил для иностранных инвесторов, решивших вложить средства в эту сферу? Что им надо знать о российских законах и нормах в этой области? Об этом и многом другом размышляет **Антонина Цицулина**, президент российской ассоциации предприятий индустрии детских товаров.

Динамика роста рынка детских товаров в России



Если в общем описывать ситуацию на российском рынке детских товаров и услуг, необходимо сказать прежде всего о том, что – даже с учетом известных кризисных явлений и стагнации, связанной с общим состоянием экономики, – в отличие от других отраслей отсюда деньги уходят последними, а приходят сюда всегда первыми. Поэтому в целом, в деньгах, этот рынок растет. И за 2015 год он вырос минимум на 2%.

Основные тенденции в сфере производства и реализации товаров для детей в России, на наш взгляд, таковы:

1. Как и в других странах, наблюдается, что дети «становятся дороже». Родители по-прежнему вкладывают в них большие деньги. Особенно в образование и развитие.
2. В розничной торговле основная доля продаж сосредоточена в специализированных сетях, на втором месте – большой фудретейл, а в ряде регионов – торговля на рынках и базарах.



В ЦЕЛОМ, В ДЕНЬГАХ, РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ УВЕРЕННО РАСТЕТ.

3. Но главная тенденция – увеличение объемов продаж. Особенно в интернет-торговле, где реализация детских товаров входит в пятерку наиболее динамично развивающихся направлений.

4. Активное развитие детских сегментов компаниями, традиционно занимающимися производством и реализацией бытовой техники, ИТ-продукции (специализированные отделы детских товаров в магазинах компаний «Эльдорадо», «Утконос», «Юлмарт» и других).

Государственная политика в России такова: если кто-то вводит против страны экономические санкции, то РФ, наоборот, создает режим наибольшего благоприятствования для зарубежных инвесторов. И федеральный закон о промышленной политике, и связанные с ним другие государственные программы и подзаконные акты в различных отраслях (в том числе и в детских товарах) предусматривают равные меры государственной поддержки инвестиционных проектов. И если зарубежный инвестор решил локализовать свое производство на территории РФ, то он будет пользоваться всеми мерами государственной поддержки. С точки зрения кредитной политики и налоговой нагрузки в том числе. Это реализуется с помощью такого инструмента, как специальный инвестиционный контракт (соглашение, предусматривающее определенные льготы бизнесмену в течение 10 лет). Его уже используют многие совместные предприятия с зарубежным участием. К примеру, сегмент детского питания в РФ сейчас пред-



ЕСЛИ ЗАРУБЕЖНЫЙ ИНВЕСТОР ОТКРЫЛ ПРОИЗВОДСТВО В РФ, ТО ОН БУДЕТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ВСЕМИ МЕРАМИ ГОСПОДДЕРЖКИ.

ставлен глобальными компаниями («Данон» и, конечно, «Пепсико»). Достаточно активно идет этот процесс в сегменте детской косметики и гигиены. Скажем, уже до 60% производства памперсов локализовано на территории России.

Подъем переживает и производство крупногабаритной, тяжелой для логистики продукции, и, наоборот, скоропортящейся или мелкой. Например, в компании «Забава» в Московской области совместно с китайскими партнерами открывают производство детского игрового и спортивного оборудования. А некоторые дистрибуторы, которые раньше размещали производство на азиатском рынке, теперь вместе с российскими партнерами открывают их здесь. Например, компаний «Просто Тойс», «Шойша».

Доля иностранных инвесторов в сфере производства детских товаров и услуг в России сегодня очень велика. Но значительно больше эластичность, емкость этого рынка. И его привлекательность.

Мы считаем, что в связи с изменениями курсов валют будет увеличиваться количество совместных инвестиционных проектов именно в сфере производства. Это выгодно! Свидетельством тому переговоры, которые ведет компания «ИКЕА», заинтересованная в расширении предприятий полного цикла производства детской мебели и игрушек в России (с учетом развития единого экономического пространства стран бывшего СССР, входящих в Таможенный союз).

Из-за позитивных демографических процессов количество детей в России неуклонно



РОССИЯ БЫЛА И ОСТАЕТСЯ ИНТЕРЕСНОЙ В КАЧЕСТВЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПЛЕЧА ИЗ АЗИИ В ЕВРОПУ И НАОБОРОТ.

растет. А это прямо пропорционально увеличивает рынок.

Наверное, потому в повестку дня встал совместный российско-китайский проект инвестиций в группу компаний «Детский мир» (известная в России сеть специализированных детских универмагов). Понятно, что это будут достаточно прибыльные инвестиции.

Традиционно иностранные инвесторы приходили в России в торговлю. Но тенденции меняются. И все чаще речь идет о производстве.

Большое поле возможностей для инвесторов в России, на мой взгляд, в области детской косметики, детской гигиены, в крупногабаритном производстве. Особенно в Московском регионе, по объемам рынка сопоставимом с некоторыми европейскими странами, и с принятием закона о промышленной политике города Москвы и о существенных льготах инвесторам.

Уверена, заслуживает внимания потенциальных инвесторов и все, что связано с IT-технологиями. Недаром подписано соглашение между компаниями «Лего» и российским производителем, который на конкурсной основе разработал модуль для образовательной робототехники. Теперь они совместно реализуют его в ряде образовательных комплектов «Лего».

Россия была и остается интересной в качестве логистического плеча из Азии в страны СНГ, в Европу и наоборот.

Для инвесторов важно, на мой взгляд, знать и о возможности усиления инвестиционной интервенции в сферу обеспечения всем необходимым учреждений образова-



В РОССИИ ДЕЙСТВУЕТ ОЧЕНЬ ЖЕСТКАЯ СИСТЕМА ПОДТВЕРЖДЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВА ВСЕХ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ.

ния РФ (вузов, общеобразовательных школ, гимназий, лицеев и детских садов). Надо сказать, что Россия сохранила государственную систему образования. И за прошлый год здесь было открыто более 600 детских садов. И все они заново оснащены, а старые переоснащаются всем необходимым. А еще в РФ реализуется программа по строительству 14 000 новых школ. Значит, заметно вырастет сектор учебно-технической промышленности, сектор производства школьной мебели и т.п.

Но инвесторам следует понимать, что в России действует очень жесткая система подтверждения безопасности и качества всех детских товаров, независимо от того, какие у них уже есть документы и в какой точке мира они прошли сертификацию. При выходе на российский рынок они вновь должны будут подтвердить свою безопасность и качество. А российская система достаточно сложна: от государственной регистрации (для медицинских изделий или товаров для новорожденных) до обязательной сертификации (игрушки, обувь) и декларирования, когда безопасность гарантирует сам производитель. По части игрушек российский рынок напоминает немецкий. А по части одежды – итальянский.

Если сравнивать с зарубежной практикой в этой области, надо сказать: да, у нас есть входные таможенные пошлины. Но в связи с вступлением России в ВТО они снижаются и в ближайшие два года упадут до 7,5% (сейчас в зависимости от группы товаров они могут быть от 10 до 15%).



В БЛИЖАЙШИЕ ГОДА ТРИ РЫНОК ДЕТСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ БУДЕТ ОЧЕНЬ КОНКУРЕНТНЫМ. НО И ОЧЕНЬ ПРИБЫЛЬНЫМ.



*Структура затрат
потребителей
на детские товары
в России в 2015 году*

В России предусмотрены для зарубежных инвесторов и другие преференции. Например, льготная налоговая ставка: не 18%, а 10% НДС. И у нас действует своя – чего нет ни в одной стране мира – стратегия развития индустрии детских товаров для 15 отраслей экономики до 2020 года. А также своя подпрограмма, разработанная Министерством промышленности и торговли РФ, и свое финансирование промышленных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации. В частности, для поддержки открытия производств, в том числе и детских индустриальных парков.

Что, на мой взгляд, должен знать и делать иностранный инвестор:

- изучить аналитику по российскому рынку, выбрать свой сегмент;
- знать лидеров рынка и их мнения;
- побывать на профильных выставках;
- понимать особые меры регулирования (технические, таможенные и т.п.);
- собрать хорошую команду.

Везде на территории России алгоритм действий потенциального инвестора один и тот же. В регионах созданы институты поддержки инвесторов. А Москва – самый богатый регион в силу своего столичного статуса. И здесь, с одной стороны, есть ограничения с точки зрения стоимости земли или аренды, но с другой – нет проблемы кадров высокой квалификации и рынка сбыта.

И последнее: явно в ближайшие годы три рынок детских товаров и услуг будет очень конкурентным. Но и очень прибыльным. ■





Любить кино и понимать риски

*Что необходимо знать зарубежным
бизнесменам, желающим вложить
средства в российский кинобизнес?*

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: «ЦАРЬ PICTURES»



Все чаще на международный уровень по качеству своей продукции выходят российские кинопроизводители. Но стоит ли потенциальным инвесторам из-за рубежа вкладываться в кинобизнес в России? Выгодно ли это? Если да, то в какой степени и в каких именно областях? Если нет, то почему? А еще – о каких суммах может идти речь для желающих инвестировать? Как искать партнеров и точки приложения сил? Именно об этом сегодня говорит **Александр Изотов, возглавляющий известную российскую кинокомпанию «Царь Pictures», режиссер и кинопродюсер, а также эксперт по инвестициям в кинобизнес.**

Российское кино сегодня переживает второе рождение. Местные и зарубежные аналитики отмечают рост количества снимаемых кинолент и сборов от их проката. По данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, Россия сегодня уверенно удерживается в первой десятке рейтинга стран Европы по кинопосещаемости, а в мировом рейтинге, по данным IHS, – по кассовым сборам.

В России исторически сложилось, что процесс кинопроизводства во многом зависит от активного участия в нем государства. И государство поддерживает производителей кино. Но если совсем исключить госдотации, неизвестно – выживет российское кино или нет. Господдержку оказывают лучшим продюсерам. И если деньги есть, то получаются мощные проекты, у которых есть все шансы

ГОСУДАРСТВО В РОССИИ АКТИВНО ПОДДЕРЖИВАЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КИНО.



быть прибыльными. Но за рубежом российское кино смотрят крайне мало. Наши картины продают на 3% территорий, дающих мировые сборы, а например, американское – на более чем 80%. И это на самом деле не повод для уныния, а показатель реальной перспективности и вектора роста киноиндустрии России.

Сегодня российские кинопроизводители считают, что перед ними стоит важная задача – интегрироваться в мировой кинематограф. Один из путей – совместное производство и привлечение к работе зарубежных инвесторов. Как это делает, например, французский режиссер, сценарист и продюсер Люк Бессон. Он живет во Франции, но использует в своей работе не только французские деньги. В его фильмы инвестируют многие европейские бизнесмены, американцы. И он реализует проекты, которые затем продают везде. Да и американский Голливуд в основном успешен потому, что там есть

финансы и американские, и немецкие, и французские, и индонезийские, и китайские...

Отсюда задача российского кино – заниматься международными проектами, привлекая иностранные инвестиции, делать фильмы, которые будут смотреть во всем мире. И мы в России прекрасно понимаем, что именно стоит делать вместе с зарубежными партнерами.

Во-первых, снимать кино жанровое, пользующееся спросом.

Во-вторых – на английском языке.

В-третьих – с мировыми звездами в главных ролях.

По этому пути и идет российская киноиндустрия. И уже есть серьезные подвижки. Например, активно работает, ориентируясь и на западного зрителя, российский кинорежиссер, сценарист, продюсер, клипмейкер Тимур Бекмамбетов. Стоит рассказать про два последних его фильма. Первый – громкий десктоптриллер «Убрать из друзей» (англ.

**Я БЫ СОВЕТОВАЛ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА СТАТЬ
СОИНВЕСТОРАМИ ПРОЕКТА.**



Unfriended) – был снят с режиссером Лео Габриадзе; производственный бюджет фильма составил 1 миллион долларов США, а в прокате он собрал более 50 миллионов. Второй – фантастический боевик «Хардкор». Эту картину на международном фестивале в Торонто продали за сумму, значительно перекрывшую затраты. Но пока это разовые истории.

А инвестировать в киноиндустрию России выгодно. Хотя бы потому, что курс доллара поднялся. Поэтому комфортнее и менее затратно снимать кино в России. И прежде всего, в столичном регионе, где исторически возникли и работают многочисленные киностудии. Чем-чем, а ресурсами для перспективных инвестиций в кинобизнес Россия по-настоящему богата.

Как это происходит? Так же, наверное, как и во всем мире: я – инвестор, хочу вложиться в кино. Приходит ко мне режиссер, говорит: «Дайте денег, встретимся в Каннах на красной дорожке». Чаще всего это вопрос доверия.

Конечно, желающий инвестировать в кинопроизводство в России может идти разными путями. Если речь о том, что кому-то хочется вложиться непосредственно в создание кинофильма, то можно продюсировать картину самостоятельно – тогда речь пойдет о цифре в районе полутора, двух с половиной или трех миллионов долларов (мы говорим о прокатном кино). А то и еще большей.

Но я бы посоветовал представителям малого и среднего бизнеса стать соинвестором проекта. Для этого нужно выбрать компанию, которая занимается производством кинофильмов. Это либо так называемые мейджоры, которые получают упомянутые выше деньги из бюджета Российского фонда кино (профессиональные кинокомпании, знающие, что делают), – и здесь цифры, по моему опыту, будут от нескольких сотен тысяч до нескольких миллионов долларов. Другой путь – найти независимую кинокомпанию, которая занимается кинопроизводством, и тоже стать соинвестором.

**ТОЛЬКО В МОСКВЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ВДВОЕ БОЛЬШЕ
КИНОЗАЛОВ – КОЛОССАЛЬНЫЙ РЫНОК!**



Как нужно отбирать компании? Прежде всего, по фильмам, которые они уже производили. По их финансовым результатам. По именам режиссеров и подбору актерского состава.

Но в любом случае важно знать, что вложения в кино – дело непростое. Необходимо понимать, куда вы инвестируете, зачем вам это нужно, и осознавать риски. И конечно же, любить кино.

Еще надо сказать, что собственно съемки (большая и важная работа) – далеко не все. Киноиндустрия – это и мастерские, и прачечные, и кинотеатры, и рестораны, и всевозможный прокат. Все это как раз сейчас и строят в России. И это тоже точки приложения сил потенциальных инвесторов.

Очень перспективным мне лично кажется дело, связанное с так называемым сервисом для кинопроизводства. Здесь бы я отметил явную нехватку качественных предложений

в сфере предоставления (аренды) автомобилей для киносъемок. Речь идет о трейлерах-вагончиках для актеров. Снимая кино, я понял, что их сегодня мало в России. Но они пользуются спросом у всех кинопроизводителей. А уровень того, что у нас имеется, все-таки низкий. Потому что хозяевам этих автомобилей просто некогда привести их в порядок – они постоянно в работе. То есть эта ниша в России пока не занята. А вложения здесь могут быть посильны для малого и среднего бизнеса – сто, двести, четыреста тысяч долларов. И они достаточно быстро окупаются и приносят доход.

Еще в России... маловато кинотеатров. И их география весьма своеобразна. В Казани (столица Республики Татарстан), например, на душу населения сегодня больше кинозалов, чем в Москве. А немало городов с населением в 50 тысяч человек – по всей стране и даже в столичном регионе – не имеют ни од-

**ВЛОЖЕНИЯ ЗДЕСЬ ПОСИЛЬНЫ ДЛЯ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА. И ОНИ ДОСТАТОЧНО БЫСТРО
ОТБИВАЮТСЯ И ПРИНОСЯТ ДОХОД.**



2016 ГОД В РОССИИ ОБЪЯВЛЕН ГОДОМ КИНО, ЗНАЧИТ, КИНОПРОИЗВОДСТВО СТАНЕТ БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ.

ного кинотеатра (!). Но люди там готовы ходить в кино. Это тоже точка приложения сил для вероятных инвесторов. По моим подсчетам, только в Москве должно быть вдвое больше кинозалов. А это колоссальный рынок! И тут нельзя не вспомнить, что в России очень короткий прокат, в среднем он длится две недели, в то время как в Америке – 20–30 дней. Это отчасти связано и с недостатком кинотеатров. Но надо понимать, что в России в эту сферу можно войти только с очень большими деньгами – десятками миллионов долларов. Это уже большой бизнес. И он достаточно сильно поделен.

О каких еще трудностях и проблемах нашего бизнеса стоит знать потенциальным зарубежным партнерам? Например, в России не хватает

кадров среднего звена в индустрии кино. Недостаточно еще толковых вторых режиссеров и реквизиторов. С актерами ситуация получше. Ведь актерская школа у нас традиционно очень сильна.

И напоследок стоит, видимо, коснуться еще одной грани киноиндустрии в России – поставок кинооборудования. Этот бизнес у нас, скажем так, непростой. Работающие здесь покупают камеры, свет и сдают оборудование в аренду. Но закупают они его за валюту, а сдают – в рублях. С учетом кризиса и курса валют им пока не позавидуешь.

В целом же мы с оптимизмом смотрим в будущее. Кстати, 2016 год в России объявили Годом кино. Значит, кинопроизводство у нас станет более привлекательным для инвесторов. ■





delovus.ru



Не полагайтесь лишь на себя

*Иностранцу, ведущему бизнес в России,
надо понимать, что здесь у него есть
союзники, готовые снизить его риски
и защитить законные интересы*



*Бизнес сопряжен с рисками. Зачастую конфликт может обернуться не только финансовыми потерями, но и поставить под сомнение целесообразность всего дела... «Секретами» безопасности бизнеса в России делится советник московского юридического агентства «Деловые услуги» **Антон Алешин**.*

На его счету десятки миллионов сэкономленных для клиентов денег, более 200 судебных процессов, включая

Высший арбитраж РФ, регулярные выступления на семинарах. А также опыт работы в центральном аппарате Федеральной налоговой службы России.

СИТУАЦИЯ



Немцы братья Франк и Юрген Н. организовали в Москве строительный бизнес. В качестве наемных сотрудников на стройку было решено привлечь граждан бывшего СССР, не россиян, что позволило существенно сэкономить на оплате труда. Прием на работу иностранцев в России требует уведомления российских государственных органов, компетентных в сфере миграционного контроля (УФМС). Один из привлеченных сотрудников, подписав трудовой договор, не вышел на работу по семейным

РЕШЕНИЕ

Для того чтобы избежать подобных проблем, бизнесменам необходимо было знать нюансы требований российских нормативных документов. А буквально сделать следующее:

1. Хотя в рассматриваемой ситуации и нет обязанности направлять уведомление в УФМС, лучше все-таки сделать это в отношении каждого заключенного трудового договора с иностранным работником, независимо от фактически отработанного им времени.
2. При аннулировании трудового договора необходимо взять с работника объяснительную записку о причинах его невыхода на работу, а также оформить приказ об аннулировании трудового договора и ознакомить с ним сотрудника под роспись.



СИТУАЦИЯ

2

Джузеppe В. – преуспевающий рантье, имеет в собственности несколько квартир в Москве и Петербурге, а недавно приобрел нежилое помещение и реализовал в нем давнюю мечту – открыл итальянский ресторан в престижном районе, который напоминал ему о родной Венеции. Однако новоиспеченный ресторатор столкнулся с ужасным состоянием тротуара прямо у своего заведения. Попытки добиться ремонта от муниципалитета не дали результата. Но ему разрешили привести все в порядок своими силами. Несмотря на большие затраты, Джузеппе на это решился, и вскоре новенькая брусчатка на входе стала настоящим украшением его ресторана. Однако ресторатора расстроила бухгалтер, утверждая, что расходы на ремонт теперь лягут на его бизнес двойным грузом – вычесть их из прибыли и вернуть

РЕШЕНИЕ

Однако иностранцам, ведущим бизнес в России, следует знать специфику российского налогового права. А она заключается в том, что, хотя рассматриваемые расходы и понесены в отношении общественного имущества, они все-таки могут быть вычтены из полученных доходов, так как были направлены на извлечение прибыли – на обеспечение доступа посетителей в ресторан. Именно такая позиция и была представлена от имени Giuseppe в компетентный налоговый орган, которому не оставалось ничего, кроме как подтвердить законность этого вычета и вернуть деньги бизнесмену.

ИНОСТРАНЦАМ, ВЕДУЩИМ БИЗНЕС В РОССИИ, СЛЕДУЕТ ЗНАТЬ СПЕЦИФИКУ РОССИЙСКОГО НАЛОГОВОГО ПРАВА.

Можно сделать вывод, что любому бизнесмену-иностранцу стоит задуматься о привлечении к работе в своих интересах местных налоговых консультантов, специализирующихся на оптимизации налогообложения в форме реализации налоговых резервов, – такие консультанты



СИТУАЦИЯ

3

Американец Джеймс М. решил организовать в России производство высокоточных приборов по измерению качества воздуха. Первое, с чем столкнулся инноватор, – необходимость регистрации новой компании. Потратив три месяца на изучение законодательства РФ, Джеймс с помощью российских друзей все же смог собрать необходимые документы и подать их в компетентный орган. Каково же было его удивление, когда в регистрации фирмы было отказано, – Джеймс был уверен, что все сделал на 100% верно! При этом ответ компетентного органа содержал упоминание о массе формальных ошибок. Увы, но зачастую избежать ошибок в оформлении документов иностранцу просто невозможно.

РЕШЕНИЕ

Джеймс обратился в специализированную фирму, которая предложила ему зарегистрировать новую компанию. Но Джеймс был настроен решительно, ведь он выполнил все условия, прямо предусмотренные законом. Консультанты помогли бизнесмену исправить все ошибки и подали бумаги на регистрацию от имени клиента. Также они подготовили все к началу работы – помогли открыть счет в банке, получить печать и оформить корпоративные документы.

**ПОМОЩЬ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ
ФИРМЫ ПО СОПРОВОЖДЕНИЮ
РЕГИСТРАЦИИ КОМПАНИЙ
СУЩЕСТВЕННО ЭКОНОМИТ
ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ.**

В результате с помощью консультантов фирма приступила к работе спустя всего лишь три недели с момента обращения в компетентную консалтинговую компанию.

Помощь специализированной фирмы, оказывающей услуги по сопровождению регистрации компаний, существенно экономит время и



СИТУАЦИЯ**4**

Серб Йован Б. организовал в Москве частную стоматологическую клинику. Часть оборудования была куплена в России за счет кредитных денежных средств, часть – завезена по прямым контрактам из Германии в рассрочку. Помещение было оборудовано на арендуемой площади в новеньком бизнес-центре, построенном гражданами Турции. Поначалу дела шли хорошо, и Йован стал расширять свою клинику, добавив офтальмологический кабинет, также купленный на условиях отсроченного платежа. Однако в связи с ухудшением внешне-политической обстановки, санкциями по отношению к России и понижением курса рубля рентабельность бизнеса, крепко завязанного на импортное оборудование, резко понизилась. Йован начал пропускать сроки внесения арендных платежей. После очередной просрочки арендода-

РЕШЕНИЕ

Однако привлеченный консультант смог объяснить банку и поставщикам, что у них с Йованом совместные интересы: необходимо добиться от неуступчивого арендодателя возврата оборудования, которое в дальнейшем можно продать и таким образом погасить все долги перед ними. Также консультант разработал позицию, согласно которой тот же арендодатель неправомерно удержал оборудование и нанес Йовану убытки, которые можно взыскать, компенсируя вынужденный простой компании.

**ПРЕДСКАЗАТЬ УХУДШЕНИЕ
КОНЬЮНКТУРЫ НЕВОЗМОЖНО,
ОДНАКО ПОДГОТОВИТЬСЯ
К ВОЗМОЖНЫМ КОНФЛИКТАМ
НЕОБХОДИМО.**

Предсказать ухудшение конъюнктуры невозможно, однако подготовиться к возможным конфликтам необходимо. Для этого надо скрупулезно изучить заключаемые договоры, особенно арендные, обезопасить свое имущество, не передавать арендодателю право удержания имущества, а также предусмотреть варианты залога своего имущества в пользу дружествен-





От хлеба до каруселей

И в 2016 году в столице России пройдут разнообразные международные выставки, интересные людям дела

ТЕКСТ: ПАВЕЛ ДЕНИСОВ





**MVC:
ЗЕРНО – КОМБИКОРМА –
ВЕТЕРИНАРИЯ – 2016
XXI МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ВЫСТАВКА**

www.exponet.ru

26.01–28.01

**Место проведения: Выставка
достижений народного
хозяйства (ВДНХ)
Профиль: сельское хозяйство,
пищевая промышленность**

Каждый год в России проходят десятки выставок агропромышленной тематики, но традиционная выставка MVC: ЗЕРНО – КОМБИКОРМА – ВЕТЕРИНАРИЯ, проводимая с 1996 г., стала в последние годы одной из самых интересных, представительных и пользующихся международным признанием. В выставке традиционно принимают участие фирмы и организации из большинства стран Европы и 44 регионов России.



И как всегда, тут многие найдут новых перспективных партнеров по бизнесу, заключат выгодные контракты и договоры, найдут партнеров для сбыта своих товаров или услуг.





РЕМОНТ ЭКСПО – 2016 ВЫСТАВКА РЕМОНТА И ДИЗАЙНА КВАРТИР

www.remontexpo.com

05.02–08.02

Место проведения:

КВЦ «Сокольники»

**Профиль: строительство
и недвижимость**

РЕМОНТ ЭКСПО традиционно проходит в формате выставочно-конгрессного мероприятия B2C (business-to-consumer – бизнес для потребителя). Этот формат сводит вместе, с одной стороны, производителей материалов для ремонта, исполнителей и поставщиков услуг по ремонту – в качестве экспонентов. Экспоненты участвуют в выставке путем аренды выставочной площади и обустройства своей экспозиции, присутствуют на мероприятиях деловой (конгрессной) программы или организуют собственные семинары и презентации. С другой стороны, покупатели товаров и услуг участвуют в качестве посетителей. Цель выставки – собрать в одном

месте и в одно время клиентов, специалистов и потенциальных партнеров в сфере оказания услуг по ремонту и дизайну жилых квартир.

**ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ**





**PROD
EXPO**



**ПРОДЭКСПО-2016
XXIII МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРОДУКТОВ
ПИТАНИЯ, НАПИТКОВ
И СЫРЬЯ ДЛЯ ИХ
ПРОИЗВОДСТВА**

prod-expo.ru

08.02–12.02

Место проведения:

ЦВК «Экспоцентр»

**Профиль: пищевая
промышленность, торговля,
производство, логистика
и реализация продуктов
питания и напитков**

Крупнейший в России и Восточной Европе международный форум ПРОДЭКСПО является самым авторитетным ежегодным событием в сфере продовольствия и напитков (включая алкоголь) и в течение более 20 лет определяет вектор развития Российской пищевой индустрии. За годы своего существования ровесник российского продовольственного рынка мега-проект ПРОДЭКСПО

**РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ**



сыграл важную роль в процессе формирования и развития продовольственного сектора российской экономики. Продвигая на отечественный рынок качественные продукты питания, ПРОДЭКСПО способствует реализации приоритетных национальных проектов, направленных на повышение качества жизни российских потребителей.





РАППА ЭКСПО – 2016 XVIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА АТТРАКЦИОНОВ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

raapa.ru

03.03–05.03

Место проведения: ВДНХ
Профиль: строительство и недвижимость, финансы, безопасность, культура и искусство, товары народного потребления, спорт, туризм, хобби и развлечения, транспорт и перевозки

Если вы хотите получить дополнительную целевую аудиторию, увеличить число продаж, организовать качественный брэндинг своей компании, то вы имеете уникальную возможность реализовать все эти задачи, благодаря участию в XXVIII Международной выставке аттракционов и развлекательного оборудования РАППА ЭКСПО – 2016. Как найти надежного производителя? Где купить

РАЗДЕЛЫ
ВЫСТАВКИ



аттракционы? Как обучить персонал для обслуживания сложных конструкций? Как сделать развлекательный бизнес успешным? Какие детские аттракционы пользуются спросом? Как создать атмосферу праздника и счастья для посетителей? На все эти вопросы поможет ответить организатор выставки – Российская ассоциация парков и производителей аттракционов (РАППА). ■

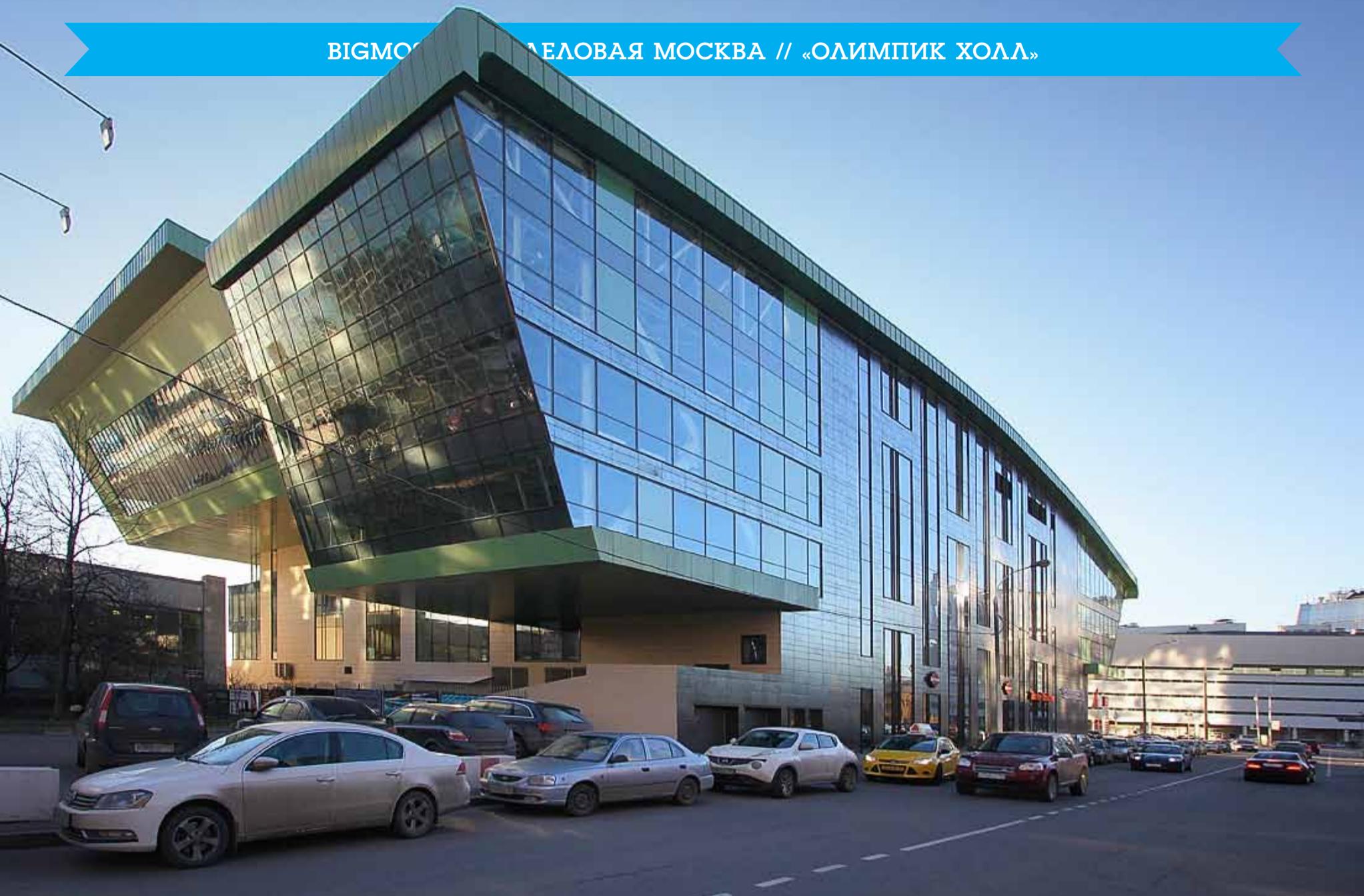
ДЕЛОВАЯ МОСКВА

Олимпийские высоты бизнеса

БЦ «Олимпик Холл» предлагает
офисы в сердце Мещанского
района Москвы

ФОТО: OLYMPIC HALL

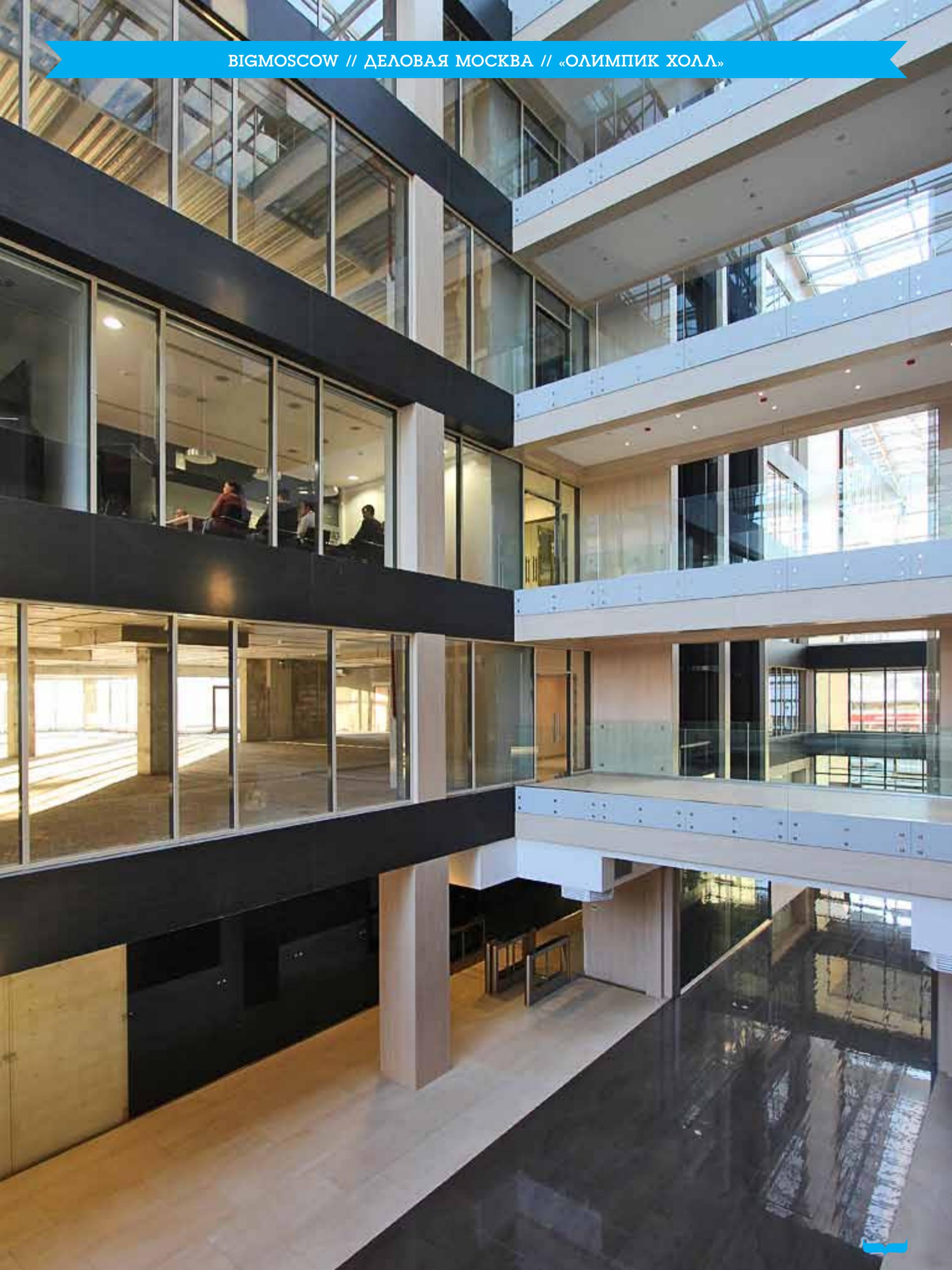




BIGMOSCOW // ДЕЛОВАЯ МОСКВА // «ОЛИМПИК ХОЛЛ»



BIGMOSCOW // ДЕЛОВАЯ МОСКВА // «ОЛИМПИК ХОЛЛ»



МОСКОВСКАЯ ОЛИМПИАДА // МАРСЕЛЬ САФАРОВ





ЖИТЬ В МОСКВЕ

*Китаец Ляо Куйцзин
встал в Москве
на горные лыжи
и полюбил русские
блинчики с грибами
и сыром*

«Мама Московой восхитилась!»

ТЕКСТ: СТАНИСЛАВ КОМАРОВ | ФОТО: ВИКТОР ВАРЗАКОВ

Ляо Куйцзин – старший менеджер маркетингового отдела в Huawei, одной из крупнейших компаний КНР в сфере телекоммуникаций. Приехал в Москву недавно и пока только осваивается на новом месте. Впрочем, в столице России он чувствует себя спокойно и безопасно. Даже привез сюда погостить маму, которая была восхищена московскими красотами.

– Ляо, а почему коллеги обращаются к вам «Билл»?

– Многие китайцы выбирают себе европейское или американское имя, чтобы их легче было называть по имени в повседневной жизни. Я не исключение.

– Где вы учились? С чего началась ваша карьера?

– Моя жизнь – жизнь путешественника. Я родился в провинции Сычуань, в городе Ибинь. После окончания средней школы и учебы в местном университете родители отправили меня учиться сперва в Гонконг, а потом в США. В Америке я изучал маркетинговые коммуникации, там и обрел свое второе имя – Билл.

– А как вы оказались в компании Huawei?

– Мне предложил устроиться сюда друг. Huawei – один из крупнейших в Китае производителей инфокоммуникационного оборудования, лидер рынка. Попасть на работу в эту компанию для любого молодого специалиста в Китае считается большой удачей. Здесь уникальные возможности для карьерного роста, есть шансы продвигать проекты на глобальных рынках. Я отдал резюме на соискание должности в маркетинговом отделе, прошел собеседование и получил приглашение. Поработал в Гонконге, а затем перешел в главный офис Huawei в Шэньчжэне. Не так давно мне предложено работать в маркетинговом отделе департамента корпоративных решений компании в России. В Москве я уже год и пять месяцев.

– И каковы ваши впечатления?





– Самые сильные впечатления я испытал еще в самолете, когда подлетал к Москве. Я увидел огромный, современный город с прекрасными зданиями и при этом несметное количество сохранившихся лесов на его территории.

В Китае такого нет. И до сих пор Москва с ее парками отдыха, бульварами и аллеями производит на меня неизгладимое впечатление. На контрасте: урбанизм мегаполиса – и сохранившиеся лесные массивы. Это очень впечатляет.

Москва производит на иностранцев неизгладимое впечатление.

– Где вы живете в Москве?

– Многие наши сотрудники живут в квартирах, которые снимает для них компания. Моя – на Осенней улице в Крылатском. Неподалеку от нашего российского головного офиса.

– Расскажите подробнее, за что вы отвечаете в Huawei?

– Huawei в прошлом году вошел в рейтинг 100 сильнейших брендов мира. Мы первая китайская компания, которая вошла в этот рейтинг. Свой бренд мы продвигаем в России с 1997 года. Моя же задача –знакомить российский рынок с новым направлением в работе нашей компании. Мое подразделение с 2011 года активно работает в России. Пока оно небольшое, но уже многое достигнуто. Крупные российские заказчики тестировали и пользуются нашими разработками. Мы представляем на российском рынке инновационные реше-

ния в области ИКТ для различных сегментов бизнеса. Это и банки, и нефтегазовая отрасль, и железные дороги, и госучреждения. Среди наших клиентов – Центральный Банк России, Сбербанк, ВТБ, Министерство здравоохранения, РЖД, компания «Транснефть». Любой крупной компанией могут быть использованы наши комплексные решения в области коммуникаций, сетевых структур, систем хранения данных. В Китае наш бренд очень известен, в России же о нем знают пока не так много. Поэтому я и моя команда активно его продвигаем.

– Расскажите о своей команде.

– В нашей команде я единственный китаец. Остальные – русские. У нас разновозрастный коллектив, начиная от тех, кто только что закончил институт, и заканчивая людьми солидными и умудренными, с большим опытом. Это высококласс-





**Моя задача — знакомить российский рынок
с новыми предложениями Huawei.**

ные технические эксперты. То, что я из Китая, для нашей совместной работы не является проблемой, потому что все прекрасно знают английский. В Москве, на мой взгляд, куда ни посмотришь, возникает ощущение, что все знают английский.

– Удаётся ли вам общаться с соотечественниками, которые живут и работают в Москве?

– Ко мне иногда приходят официальные приглашения из китайского посольства, из торгпредства, но, честно говоря, я так ни разу на их мероприятия и не выбрался. Но, конечно же, я вижусь с китайцами в Москве. Правда, обычно это происходит случайно, спонтанно. Здесь работает очень много китайских бизнесменов, немало и тех, кто просто путешествует по России туристами. С ними я и встречаюсь.

А недавно ко мне приезжала мама. Мы с ней пошли в Московский государственный университет. Она не умеет говорить по-английски, и нам

прислали переводчика, который прекрасно переводил с китайского на русский и наоборот, он помог нам посмотреть Москву. Мы подружились и продолжаем общаться.

– Что сказала ваша мама о Москве?

– Для китайцев ее возраста (а это 50–60 лет) посещение Москвы – знаковое событие. Исторически сложилось, что интерес к столице России у китайцев большой. Естественно, она побывала в Кремле, кроме того, мы прокатились на прогулочном пароходике по Москве-реке. А после этого съездили в Сузdalь, чтобы понять, что представляют из себя старинные города Золотого кольца. Сузdalь маме очень понравился. Она сказала, что попала в сказку.

– Понятна ли вам, вашей маме российская культура?

– Не могу говорить за всех китайцев, но во всяком случае, когда я общаюсь со своей командой, у нас не возникает культурологических про-

**Борщ не люблю.
А вот русские блинчики
с разными начинками обожаю!**



БИЗНЕС И ЖИЗНЬ В МОСКВЕ // ЛЯО КУЙЦИН

**Для китайца посещение
Москвы — знаковое событие.**

блем. Мы друг друга прекрасно понимаем. О богатом культурном наследии вашей страны я наслышан, но вряд ли являюсь знатоком, потому что по-русски пока знаю только «спасибо» и «пожалуйста». А чтобы узнать о вашей культуре больше, надо учить язык и много читать. На это попросту нет времени...

– Вы планируете изучать русский язык, хотя бы на разговорном уровне?

– Я уже начал его учить год назад. Правда, успехи пока небольшие. Говорят, китайский и русский – одни из самых сложных языков на планете. Но когда я учился в США, моя преподавательница утверждала: все языки мира равны, нет более или менее красивых, сложных или трудноизучаемых. Просто у человека должно быть время, желание и упорство для изучения нового языка.

– Что означает название вашего бренда – *Niawei*?

– Очень многоплановое понятие. Его можно объяснить тремя словами: сила, возможности и Китай. Эта комбинация значений вместе и создает новое слово, которого нет в китайском языке.

– Работа, как я понимаю, у вас на первом месте. Но что вы делаете в Москве в свободное время?

– Мое любимое место в этом городе – Москва-река. И если выпадает свободная минута, я иду пешком или еду на машине до Гребного канала. Наблюдаю за тем, как люди занимаются спортом, или просто созерцаю, смотрю, как плещется вода...

– А сами каким-нибудь видом спорта занимаетесь?

– Сноуборд, картинг, стрельба из пистолета, из лука, играю в пейнтбол. Именно в России, на Крылатских холмах, я впервые встал на горные лыжи. Причем катаюсь не только там, а также езжу в Подмосковье, на популярные склоны в Яхроме, в парке «Волен».

В Москве возникает ощущение, что все вокруг знают английский.





**У нас появился шанс рассказать
о технологиях, которые зачастую
превосходят западные аналоги.**

– А московские рестораны с китайской кухней вас устраивают?

– Знаю прекрасный китайский ресторан China Dreame («Китайская мечта»). Думаю, его на 85% можно называть настоящим китайским. Еще могу порекомендовать нашу китайскую столовую при офисе Huawei. Ее специально открыли для китайских сотрудников. Компания делает все для того, чтобы специалисты, приехавшие из Китая, чувствовали себя как дома. Ведь поначалу людям

– Борщ, честно говоря, не люблю. А вот ваши блинчики с разными начинками обожаю! Особенно с грибами и сыром! Я замечаю, что чаще стал ходить в нашу русскую столовую. Привыкаю.

– Для китайского специалиста возглавлять подразделение в крупной компании в таком возрасте – признак удачной карьеры?

– Это очень сильно зависит от компании, в которой вы работаете. Есть в Huawei и молодые руководи-

Мое любимое место в этом городе – Москва-река.

сложно адаптироваться к российским продуктам и местной кухне.

Сейчас в российском офисе Huawei трудится порядка 1600 человек. Большая часть из них – сотрудники, работающие в России на постоянной основе. Но очень часто на реализацию каких-то проектов приезжают китайцы, как вы в России говорите – командировочные. Вот они – постоянные клиенты нашей столовой.

– А русскую кухню вы пробовали? Пельмени? Борщ?

тели, но и опытных тоже немало. Да и мне уже тридцать. Но ничего удивительного в моей карьере нет, я много работают. Еще надо понимать, что для китайца работать в Huawei – это уже достижение.

– В связи с санкциями происходит переориентация экономики России с западных рынков на восточные. Какими вы видите перспективы вашей компании?

– Мы, конечно же, видим новые возможности. Но эти перемены





связаны даже не с тем, что кто-то в России отказывается от западной продукции и начинает покупать на востоке, в частности в Китае. Изменение ситуации мы видим в том, что многие российские компании годами покупали западную продукцию у одних и тех же производителей и в другую сторону не смотрели. Поэтому у них не было представления,

чего достигли китайские компании в сфере IT-технологий. Теперь у нас появился шанс рассказать об этих технологиях, которые ничуть не хуже, а зачастую превосходят западные аналоги. Они не всегда дешевле, но за те же деньги наши заказчики получают гораздо более качественный функционал, более эффективные решения. ■

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