

BIGMOSCOW

ОКТЯБРЬ – ДЕКАБРЬ 2016 | BIGMOSCOW.RU

РУССКАЯ ВЕРСИЯ



Сильвия
Мандруццато:
**«Открыть бизнес
в Москве дешевле
и проще, чем в Европе»**

**Француз
Галавтин**
печет в столице
России хлеб

**Британец
Фицпатрик**
занимается
рекламой

**Итальянка
Мандруццато**
преподает
родной язык

Содержание

BIGMOSCOW

октябрь – декабрь

2016

ПЕРСОНА



Дверь между Италией и Россией должна быть открытой

Итальянец **Дарио Ианнетти** считает, что санкции – явный признак дисбаланса между политикой и бизнесом

5

Хотите открыть бизнес в Москве?

5 советов от **Дарио Ианнетти**

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



SLAVA ради славы и денег

Британец **Джон Марк Фицпатрик** успешно занимается в Москве рекламным бизнесом



Учить людей – не картошку продавать

Итальянка **Сильвия Мандруццато** преподает москвичам свой родной язык



Чемпион, предприниматель и главный редактор

Француз **Антуан Галавтин** печет в столице России хлеб и хочет издавать газету

НА РАБОТУ В МОСКВУ



«Большую часть жизни я отдал России»

Зачем китаец **Ли Чжэн** развернул к реке девятого сына дракона?

ТОРГОВАТЬ С МОСКОВЬЮ





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

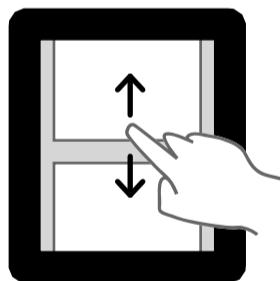
Быстрый переход по страницам издания.

7 Social Sharing

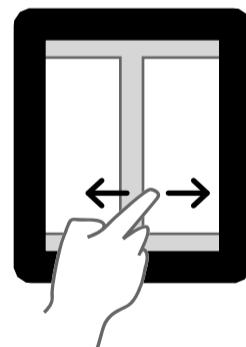
Делитесь интересными материалами с друзьями!

8 Закладки

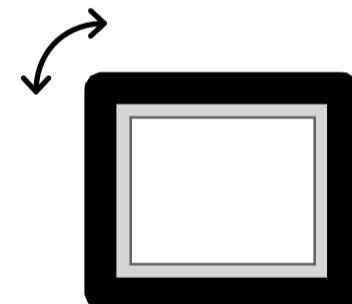
Добавляйте понравившиеся материалы в закладки.



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

Итальянцы

ПЕРСОНА

**Итальянец Дарио
Ианнетти считает,
что санкции – явный
признак дисбаланса
между политикой
и бизнесом**

УЧРЕЖДЕНИЯ

РОССИЙСКИЕ
АССОЦИАЦИИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

РОССИЙСКИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ И
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

**Дверь
между Италией
и Россией должна
быть открытой**

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР СМЕЛОВ | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ



Дарио Ианнетти – исполнительный директор Ассоциации *Confindustria Russia*. И он знает о работе итальянских промышленников в России не понаслышке. Ведь его организация объединяет предприятия, работающие в РФ. Главную цель *Confindustria Russia* видит в оказании помощи соотечественникам в ведении бизнеса в РФ и в улучшении отношений между Италией и Россией. Каковы сегодня перспективы работы иностранцев в России? Именно об этом **Дарио Ианнетти** и говорит с обозревателем *BIGMOSCOW*.

– Ваша Ассоциация достаточно молода. Что послужило причиной ее создания, причем в весьма непростых условиях, когда отношения между Западом и Россией переживают не лучшие времена?

– *Confindustria Russia* – некоммерческая организация, являющаяся «дочкой» главной Ассоциации *Confindustria*, которая находится в Италии и представляет итальянскую промышленность, объединяя более 150 тысяч компаний. На них приходится 99 процентов товарооборота всех предприятий

на Апеннинах. Из них 75 процентов представляют малое и среднее предпринимательство.

Что касается вашего вопроса, то в нем как раз и содержится ответ: создавалась *Confindustria Russia* именно потому, что наступили «непростые времена». Вводились санкции, давал знать о себе кризис. Осложнились отношения с Россией, в том числе у Италии. В такой ситуации необходим был позитивный импульс, поскольку мы считаем, что дверь между Россией и Италией



**В России в настоящее время работает
более 400 итальянских компаний.**

нужно всегда держать открытой. Образование Ассоциации и стало таким импульсом, нацеленным на развитие отношений между нашими странами, на поддержку итальянских промышленников, в том числе тех, кто работает в Российской Федерации.

Наша позиция очень проста: мы против санкций. Потому что они идут предпринимательству во вред. Разумеется, в вопросе санкций есть политическая составляющая, но мы выступаем на стороне предпринимателей, поэтому подобные меры поддерживать не будем.

– Удалось ли Confindustria Russia за непродолжительное время ее существования добиться каких-либо конкретных результатов?

– Удалось. Ассоциация итальянской промышленности Confindustria Russia, несмотря на то, что достаточно молода, представляет в России интересы главной ассоциации промышленников Италии Confindustria. Она дает возможность представителям итальянского бизнеса общаться



с учреждениями и ведомствами РФ практически на всех уровнях. Достаточно сказать, что всего три месяца спустя после своего рождения Confindustria Russia сумела подписать меморандумы о сотрудничестве со всеми ведущими российскими ассоциациями предпринимателей, а также со многими регионами Российской Федерации (10 июня 2015 года – с «Деловой Россией», 29 июня 2015 года – с «Опорой России», а 2 июля 2015 года – с Ассоциацией индустриальных парков).

Понятно, что после меморандумов нужны действия. Но и сами по себе такие шаги свидетельствуют о наличии интереса с обеих сторон

Сегодня в России на самом деле очень выгодные условия для инвестиций.



в конкретных деловых отношениях. Самым большим достижением на федеральном уровне в 2016 году стала встреча с министром промышленности и торговли РФ Денисом Мантуровым, в которой участвовали представители 20 крупнейших компаний Италии, ведущих стратегический бизнес с Россией. В рамках мероприятия был подписан меморандум о сотрудничестве в сфере локализации производства и о будущих стратегиях развития бизнеса.

Это был, безусловно, ключевой момент для итальянских предпринимателей.

– Недавно ваша Ассоциация вступила в другую мощную организацию с аналогичными задачами – в Российско-германскую внешнеторговую палату. Зачем?

– Мы хотим себя считать международной ассоциацией и быть открытыми для контактов с другими



... Об Ассоциации *Confindustria Russia*

ИТАЛЬЯНСКИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ И
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ



УЧРЕЖДЕНИЯ

РОССИЙСКИЕ
АССОЦИАЦИИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ



РОССИЙСКИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯ И
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

подобными организациями. Вступление в РГВП стало первым шагом в этом направлении. Исходим мы из того, что необходимо изучать экономическую стратегию РФ, искать партнеров. Немцы, учитывая их превосходные экономические отношения с Россией, очень хорошо знают российский рынок, в том числе многое, что касается вопросов локализации производства и создания совместных предприятий. Поэтому мы решили так: они нам не конкуренты, а друзья, мы с ними очень тесно сотрудничаем. Мы заинтересованы в том, чтобы совместно изучать российский рынок и экономическую стратегию России.

– Эксперты охотно говорят о широких возможностях бизнеса в России. Упоминают, в частности, низкие налоговые ставки, различные льготы. Какие преимущества ведения дел в РФ наиболее очевидны для вас?

– В России на самом деле очень выгодные условия для инвестиций, например, в рамках индустриальных парков или особых экономических зон. Очень хорошие налоговые квоты. Допустим, налог на прибыль, составляющий около 15 процентов, или налог на имущество, который российские власти могут вообще снизить до нуля в течение первых 5–10 лет инвестиций. Нужно иметь в виду, что в зависимости от региона дела могут обстоять по-разному: в каждом регионе свои правила и особенности, поскольку не все вопросы решаются на федеральном уровне. Регионы конкурируют между собой, и в результате условия ведения бизнеса улучшаются буквально каждый год.

Если же говорить в более широком плане – о стратегии, организации производства, – то министерством промышленности и торговли РФ разработан Специальный инвестиционный контракт (СПИК) для иностранных инвесторов, который заключается между учреждениями

Создание совместных предприятий может быть очень хорошим способом продвижения бизнеса.



РФ и предпринимателями. Он гарантирует инвестору стабильность и хорошие условия для реализации его планов, получение кредитов под выгодные проценты, защиту от возможных законодательных актов, принятие которых в будущем могло бы препятствовать осуществлению заключенного специального контракта. Конечно, такой контракт подпишут не с каждым, здесь есть определенные условия. Так, минимальный объем инвестиций для зарубежного предпринимателя составляет 750 миллионов рублей на срок от 5 до 10 лет. Кроме того, нужно иметь в виду, чего ожидают от иностранных предпринимателей в самой России. В целом есть 3 вида СПИК: для создания или модернизации промышленного производства, для внедрения наилучших доступных технологий и, последнее, для освоения производства продукции, не имеющей аналогов в России.

– Сколько итальянских компаний действует сейчас в РФ?

**Где они сконцентрированы?
Какие сферы бизнеса выбирают чаще всего?**

– В России в настоящее время работает более 400 итальянских компаний. Но количество – не самое главное. Куда важнее процент совместных предприятий.

Больше всего итальянских компаний сконцентрировано на территории Московской области – 44 процента. Направления работы – те, в которых итальянцы традиционно очень сильны: нефтегазовое оборудование, машиностроение, строительство, фармацевтика, энергетика, пищевая и легкая промышленность.

Здесь хотелось бы заметить, что Италия – это не только высокая мода и вкусная еда, не только страна искусств. Италия не должна ассоциироваться лишь с модой: на российском рынке всегда присутствуют и итальянские технологии, и наука, и исследования. К примеру, мало кто знает, что именно Италия была третьей страной, запустившей исследо-

**Интерес для иностранных инвесторов
представляет Специальный
инвестиционный контракт (СПИК).**





ственний спутник на орбиту Земли, после России и США.

– Что, по вашему мнению, нужно для эффективной поддержки в России малого и среднего предпринимательства, в том числе иностранного?

– Малый и средний бизнес будет страдать, если крупные компании его не интегрируют. Речь идет о том,

что они должны работать вместе. У крупных компаний больше возможностей в плане выхода на рынок, заключения контрактов. «Тяжеловесы» могут давать работу многим другим, более мелким предприятиям – в частности на принципах аутсорсинга. Малой фирме достаточно сложно самостоятельно выходить на российский рынок, заключать контракты, искать надежного партнера.

Это гораздо проще делать в сотрудничестве с мощным партнером.

– А вообще сложно иностранцу открыть в России свое дело? Мнения высказываются разные...

– Нельзя сказать, что это очень просто. Однако существуют хорошие исследования российского рынка, которыми занимается в том числе и Confindustria Russia. Главное – необходимо стремиться мыслить как русские и обязательно присутствовать на российском рынке. В любом слу-

мать правила игры, и вам будет гораздо проще открыть бизнес.

Иностранные компании порой годами сотрудничают с российскими партнерами, а потом вдруг в одночасье экспорт в РФ падает на 50 процентов, и никто не может понять, в чем дело. 43,17% – таково падение общего товарооборота России с Италией с 2013 года! И не потому что продукция или технологии итальянских предприятий стали хуже. Дело в том, что изменились экономическая стратегия России и сама ситуация. А еще влияет кризис, рубль

Москва – ведущий экономический центр России.

чае всегда необходимо первоначально предпринимать шаги, которые не будут практически ничего стоить с точки зрения финансовых затрат. Можно спросить совета у нашей Ассоциации, не израсходовав при этом ни копейки. Следует чаще приезжать в Россию, налаживать и поддерживать отношения. Понятно, что авиабилет и проживание тоже стоят денег, но это же не инвестиции. Зато вы будете «в теме», начнете пони-

упал, и сразу итальянская продукция стала в два раза дороже...

Сегодня необходимо самостоятельно работать на российском рынке, а не действовать через неких представителей или агентов. Вот немцы, китайцы, французы – те, кто больше присутствует в экономике РФ, – могут покрепче держать свою нишу рынка. Можно, конечно, занимать и выжидательную позицию, но ведь другие-то в то же самое время не ждут. И самая большая опас-



ность в том, что именно сейчас наши конкуренты могут занять имеющиеся ниши, внедриться в определенные сегменты рынка и эти сегменты, если мы их потеряем, к нам уже больше никогда не возвратятся...

– Когда к вам обращаются за консультацией, наверняка задают вопрос, где предпочтительнее обосновываться в России: в Москве или в регионах? Что вы советуете?

– Это зависит от компании, от ее запросов и требований. Конечно, Москва – ведущий экономический центр России, здесь большое количество квалифицированных кадров. Но, с другой стороны, не будем забывать о расходах: Москва требует более значительных инвестиций. Кроме того, быстро развивающиеся российские регионы конкурируют между собой, создавая условия для выгодных капиталовложений.

– Иностранные работают в России в условиях новых реалий, связанных прежде всего

с санкциями. Как они отражаются на бизнесе?

– Санкции создали негативное, в том числе в психологическом плане, отношение к России. Они вынудили инвесторов задуматься: стоит ли вкладываться в эту страну, не подпадут ли моя продукция или мои технологии под санкции? В подобной ситуации потенциальные инвесторы в большинстве своем примут решение не рисковать и не вкладывать деньги в РФ. Увы, но такова реальность. Однако дело в том, что Россию мы теряем именно сегодня, поэтому повторюсь: нужно держать дверь открытой и не уходить с рынка, а напротив – завоевывать его. Необходимо тщательно анализировать, на что распространяются санкции, а на что – нет, изучать возможности взаимодействия с Россией. Перед Confindustria Russia не стоит задача убеждать инвесторов в необходимости вкладывать деньги только в РФ. Но мы должны разъяснить, какие возможности и перспективы имеются здесь

Опасность в том, что конкуренты могут занять имеющиеся ниши.



для ведения бизнеса прежде всего в интересах экономики Италии.

– Справедливо ли суждение, что один из резервов развития иностранного бизнеса в России – это локализация производства и создание совместных предприятий? Кстати, почему итalo-российских СП так мало по сравнению, скажем, с германо-российскими?

– Создание совместных предприятий может быть очень хорошим способом продвижения бизнеса. Их можно создавать как с финансовыми, так и с промышленными партнерами. Последний вариант предпочтительнее, поскольку промышленники хорошо знают рынок. Зарубежная компания предоставляет ноу-хау, технологии, компетенции и, возможно, небольшую часть инвестиций. Таким образом, Россия получает новые технологии, а мы вполне обоснованно претендуем на долю рынка. В этом направлении обязательно нужно работать, причем прямо сейчас, а не тянуть годами. Россия имеет огромный потенциал долгосрочных и стабильных ресурсов. И этот огромный потенциал не должен зависеть только от неких финансовых параметров, таких, как курс рубля или цена на нефть.

– Вы работаете и живете в Москве вот уже почти два года. Как вы находитесь российскую столицу? Какие изменения произошли в мегаполисе за это время?

– До Москвы я некоторое время жил в Санкт-Петербурге. Россия – очень продвинутая, динамично развивающаяся страна. Считаю, что Россия – прекрасная площадка для ведения бизнеса, прежде всего для молодых бизнесменов.

Что касается Москвы, то в российской столице постоянно улучшается инфраструктура, хорошо работает транспорт. За последние два-три года стало гораздо меньше пробок на дорогах. Меняются и люди. Они мыслят сейчас категориями улучшения образа жизни. Я уверен, что Москва также станет мировой площадкой для внедрения новых будущих технологий в сфере инновационной энергетики, транспорта и ИТ. ■



СОВЕТОВ ОТ
ДАРИО ИАННЕТТИ
для тех, кто хочет открыть
БИЗНЕС В МОСКВЕ



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

НЕ ИЩИТЕ
СИЮМИНУТНУЮ
ВЫГОДУ. РАБОТАЙТЕ
НА ПЕРСПЕКТИВУ.

Россия заинтересована
в долгосрочном
взаимодействии.

БИЗНЕС РАЙОНЫ



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

ИНВЕСТИРУЙТЕ
ВРЕМЯ
В ИССЛЕДОВАНИЕ
РОССИЙСКОГО
РЫНКА.

Все инвестиции, в том числе ментальные, не требующие финансовых затрат, нужно осуществлять для утверждения на российском рынке.



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

«СТАНЬТЕ РУССКИМИ»:
МЫСЛите по-руССКИ,
ОБЩАЙТЕСЬ С РОССИЯНАМИ,
ИЗУЧАЙТЕ ЯЗЫК
И НАХОДИТЕСЬ НА
ТЕРРИТОРИИ РОССИИ.

Придет понимание нюансов российского общества и бизнеса в РФ. Невозможно иметь дела с Россией, сидя дома.



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

СОВЕТ ВЫСТРАИВАЙТЕ, НО,
ВОЗМОЖНОСТЬ, КОТОРЫЙ, НО,
ДОЛГОСРОЧНЫЕ, АЖНЫЙ:
ВЕРЬТЕ, ЧТО БИЗНЕС
ИЗМЕНЯЕТСЯ, ЧЕМУ.

Если для бизнеса в России будет
продажи, то для российского бизнеса будет
играть ключевую роль в российской экономике,

то толк об этом в России – не «площадка для

развлечений», и речь не идет
только о чистой коммерции:

российский бизнес
развивается в ином
направлении.



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

СОВЕТ ФИЛОСОФСКИЙ, НО,
ВОЗМОЖНО, САМЫЙ ВАЖНЫЙ:
ВЕРЬТЕ, ЧТО ВАШ БИЗНЕС
ИЗМЕНИТ РОССИЮ К ЛУЧШЕМУ.

Если для вас главное не только коммерция и продажи, если вы уверены, что ваш бизнес будет играть ключевую роль в российской экономике, то толк обязательно будет.

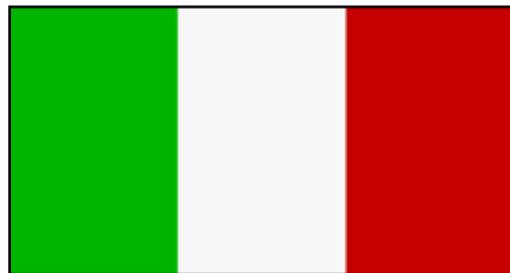


За каждым из советов – опыт и знания человека, работающего в России. Прикоснитесь и узнаете.

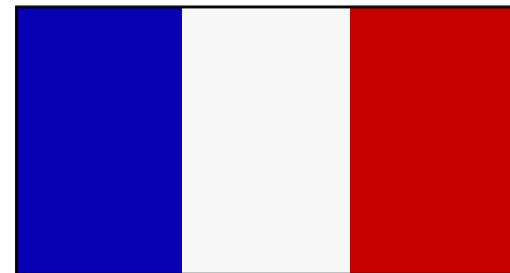
ЛИЧНЫЙ ОПЫТ



**Британец
Фицпатрик
успешно
занимается
в Москве
рекламным
бизнесом**



**Итальянка
Мандруццато
учит
москвичей
своему
родному
языку**



**Француз
Галавтин
печет
в столице
России
пиццы
и хлеб**

**Британец Джон
Марк Фицпатрик
успешно занимается
в Москве рекламным
бизнесом**



SLAVA ради СЛАВЫ И ДЕНЕГ

ТЕКСТ: СВЕТЛНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ

Джон Марк Фицпатрик, как истинный джентльмен, никогда не искал легких путей. Поэтому, получив диплом о высшем образовании, решительно покинул родину и поехал... в Россию. Поработав наемным специалистом в рекламном бизнесе, вскоре открыл собственную компанию SLAVA. И встал у руля независимого творческого коллектива, который прославился в России проектом «Занимайся чтением». Сегодня Джон Марк делится с BIGMOSCOW тем, как работать с большим бизнесом, с большими задачами и большим бюджетом.

– В университете я изучал русский и испанский языки. Хотел работать в банковской сфере. Но мне позвонил из России знакомый, который работал тут топ-менеджером в одном из крупных международных рекламных агентств. Сам он ни слова не мог сказать по-русски. Поэтому пригласил меня в свою команду.

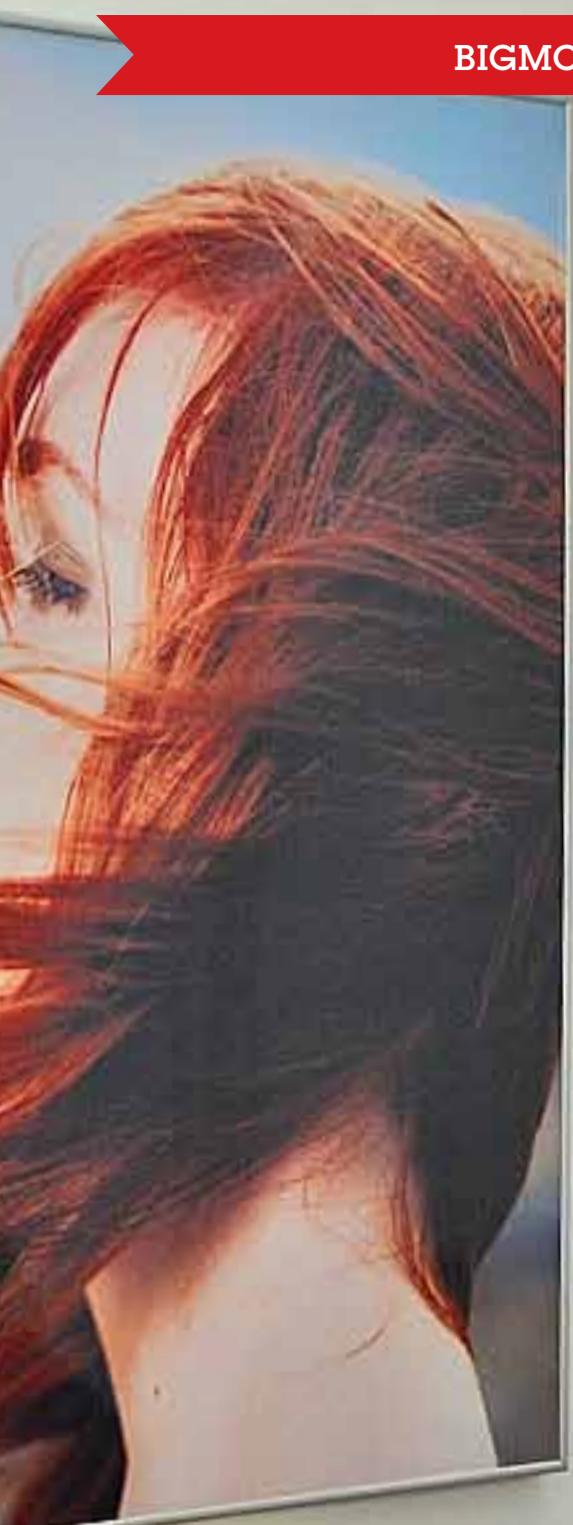
Пройдя собеседование по скайпу, в 23 года я приехал в Москву строить карьеру.

В России я почувствовал всеобщий подъем, какую-то хорошую, позитивную энергию. Зарплата у меня была небольшая – около 20

тысяч рублей. Комната стоила 10, а на остальные я умудрялся как-то жить.

Каждый день при этом приносил неожиданности. Удивляло, что когда в кафешках я просил принести что-то, что не входило в меню – например сливочное масло, – то слышал неизменное «нет». И только после третьей просьбы, подключив администратора, я получал свое масло. Но сначала три раза мне отказывали. Люди в России привыкли придерживаться некоего режима,





**В России почувствовал всеобщий подъем,
какую-то хорошую, позитивную энергию.**

действовать по шаблону, и, чтобы сломать этот барьер, требовалось настаивать на своем.

Но в тоже время именно в России я смог впервые управлять своими финансами через iPhone, в частности заказать авиабилет. В Англии такая возможность появилась только спустя полгода.

Еще я поражаюсь широте русской души. Россияне очень гостеприимны, им все интересно. Мне, в свою очередь, нравится внимание, я экстраверт.

плекс: казалось, что, если со мной начинали говорить на английском, значит, мой русский недостаточно хорош...

В крупной рекламной компании у меня был постоянный клиент – компания Procter & Gamble. С точки зрения маркетинга это, конечно, была очень хорошая школа.

– Почему вы решились уйти из компании и организовать собственное агентство?

С самого начала мы сделали основной упор на качество работы.

– Какие были сложности на первом этапе жизни и работы в Москве?

– Несмотря на то что я изучал русский язык 6 лет, я говорил на русском недостаточно хорошо. А значит, не мог в полной мере чувствовать людей и русскую культуру. Поэтому я упорно продолжал учиться. Просил знакомых и коллег говорить со мной только по-русски, в то время как коллеги хотели попрактиковаться со мной в английском. У меня даже сложился некий ком-

– После работы мы часто общались с одним из партнеров – креативщиком Виктором. И сходились во мнении, что могли бы сделать более яркую работу, если бы не было содержащих факторов. Такие разговоры продолжались около полугода. И в какой-то момент мы поняли, что надо что-то менять, и решили организовать собственное агентство. Я стал генеральным директором, мой партнер Виктор Соколов – креативным директором, который отвечал за продукт.



– Сложно было открыть свою компанию в Москве?

– Нет. Я это делал сам. Для меня было важно пройти все этапы самостоятельно. Нужно было собрать большое количество бумаг. Это был достаточно длительный процесс. У меня на это ушло три месяца. Если заплатить специализированному агентству, то процесс можно ускорить в разы.

Так родилось наше агентство. Название придумал Денис Лапшинов, мой второй партнер. И оно связано с мотивацией сотрудников и клиентов. Каждый из креативщиков хочет славы. То же касается и клиентов.

– Как подбирали нужных сотрудников?

– Частично с нами ушла команда из прежнего агентства. Полгода мы работали вчетвером. Этого состава было достаточно, чтобы обслуживать первого клиента. Сейчас у нас уже больше 20 сотрудников.

С самого начала мы сделали основной упор на качество работы. Первые ролики и стали для нас своеобразной рекламой, нашей визитной карточкой.

Одна из наших работ, ролик «Десантники читают Пастернака», только за первую неделю набрала в Сети более 200 000 просмотров (!). Мы

Мнение



Максим Степанов,
генеральный
директор рекламного
агентства полного
цикла GRAD M



Москва в смысле развития рынка рекламных услуг сегодня нисколько не отстает от европейских и мировых столиц, поскольку является многомиллионным мегаполисом, экономическим и культурным центром России. Более того, Москва – это своего рода локомотив России.

По разным оценкам, совокупный бюджет рекламного рынка Московского региона в настоящий момент, учитывая различные периоды макроэкономической конъюнктуры, колеблет-





знали, что каждый год в Парке Горького 2 августа десантники отмечают свой праздник. Много пьют, купаются в фонтане. В то же время в парке через пару недель должна была пройти книжная ярмарка под открытым небом Bookmarket. Парк в тот период был не так развит, как сейчас. У них шла реконструкция, все достраивали и улучшали. Мы придумали слоган: «Культура возвращается в Парк культуры». Десантники у нас читали в парке стихи Пастернака: «Во всем мне хочется дойти...»

Ролик широко освещали на радио «Маяк», Виктора Соколова пригласили на телеканал «Дождь», чтобы он рассказал, как ролик создавался. Продукт всем очень понравился. И после этого к нам пришли сразу три креативщика и спросили: «Можно мы будем у вас работать?»

А вообще подбор людей – это самое сложное в нашем деле. Нам нужны талантливые сотрудники, кто хорошо придумывает и умеет интересно размышлять, кто в каждый проект привносит что-то новое.

По статистике 90% маленьких компаний, стартапов не очень успешны. Многие из них закрываются после первого года работы. Поэтому и у претендентов на работу было некое недоверие, с которым нам пришлось бороться.

– Сколько получают ваши сотрудники?

– Ассистенты (те, кто только начинает работать) получают от 40 тысяч рублей. Но если сотрудник приносит результат, его зарплата может быть много выше.

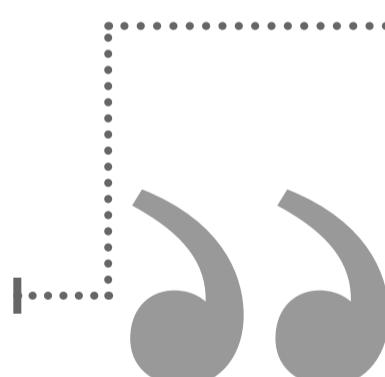
– Сложно было найти помещение под офис?

– Удивительно, но в России очень важен для сотрудников не только размер зарплаты, но и то, где ему придется работать. В Англии, например, для работников не суть, где находится офис. Поэтому мы целенаправленно искали помещение в центре Москвы. И нашли только через три месяца. Это старинный особняк во Власьевском переулке, рядом с Арбатом, который был построен в 1903 году. Здесь, по легенде, жила героиня Булгакова, загадочная и роковая Маргарита. Также известно, что в Голубом зале особняка танцевала сама Айседора Дункан. Мы вынесли хлам, сделали ремонт, положили новый паркет.

Эксперт

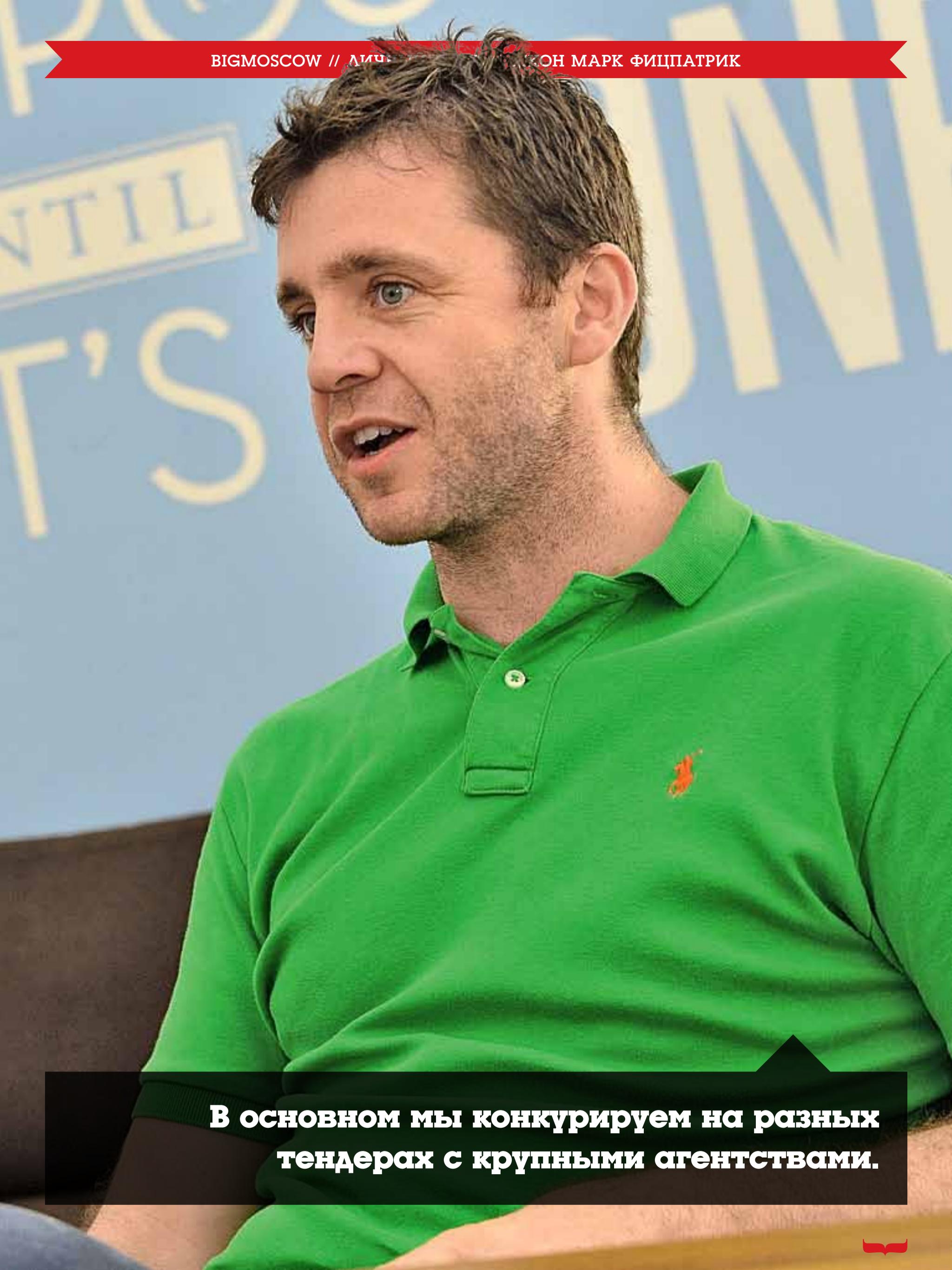


Екатерина Селявина,
президент
Коммуникационной
группы *MOVIE*



Российский рынок рекламы относительно молод. Но уже структурирован и не имеет значительных отличий от западного. На нем присутствуют разномасштабные игроки: крупные коммуникационные холдинги, как сетевые, так и локальные, агентства маркетинговых коммуникаций, медиасейлеры, медийные, креативные, digital-компании, дизайн-студии и так далее. Большинство компаний во всех сферах бизнеса сегодня имеют собственные отделы рекламы, также существуют ресурсы, представляющие фриланс. Возможно, конъюнктура рынка не-





В основном мы конкурируем на разных тендерах с крупными агентствами.

Заказали большой стол из цельного массива дерева.

– И сколько стоит аренда офиса «с историей»?

– За 150 квадратных метров мы платим 300 тысяч в месяц. Я считаю, что это достаточно большие деньги. Но, с другой стороны, это ведь самый центр Москвы. Во многом это вопрос имиджа.

Что же касается аренды квартиры, то я снимаю «двушку» около метро «Новокузнецкая». Мой «сталинский» дом стоит недалеко от культового «Дома на набережной». Раньше я платил за 2-комнатную квартиру 65 тысяч рублей в месяц, но потом заявил хозяину, что хочу существенно снизить расходы. Он подумал один день и сказал: «Хорошо, плати 50».

– Сразу нашли свое место на рынке?

– Что касается рынка креативной рекламы, на нем есть крупные игроки – сетевые и независимые агентства, а также медийные агентства. Сетевые агентства являются частью больших холдингов, головные офисы которых находятся либо в Европе, либо в Америке. И у этих агентств по контракту есть исключительные права на работу с определенными клиентами. Так что мы смотрим сначала, с кем работать не можем, и только потом понимаем, что вот с этой компанией

и с этой можем попробовать наладить сотрудничество.

В то же время есть компании, которые считают, что глобальные контракты неэффективны для творческой и креативной работы. С такими мы обязательно стараемся работать.

О ДЖОНЕ МАРКЕ
ФИЦПАТРИКЕ



**Подбор людей – это самое сложное
в нашем деле.**

– То есть конкуренция жесткая?

– Есть 4–5 независимых креативных агентств нашего уровня, с которыми мы иногда конкурируем. Но в основном мы конкурируем на разных тендерах с крупными агентствами.

– Создавая продукт, учитываете местный менталитет?

– Обязательно.

– Какими работами особенно гордитесь?

– Это проекты для компании Google. В 2013 году мы сняли им масштабную телевизионную кампанию. Два ролика на тему «Занимайся чтением». Один из них – «Чехов жив». Мы в большей степени обращались к молодежи. У Чехова есть множество персонажей, которых можно встретить и сегодня. Мы придумали онлайн-тест, где, ответив на ряд вопросов, можно определить, к какому из персонажей Чехова вы всего ближе. Тут же можно прочитать отрывок из текста про этого героя, записать все на камеру, загрузить в соцсеть и пройти кастинг, чтобы потом участвовать в онлайн-чтении, которое продлилось 36 часов подряд.

– Если заказчик просит воплотить некую идею, но она противоречит вашим моральным принципам, будете за нее браться?

– Мы никогда не брались за рекламу табака. Хотя я считаю, что у всех людей есть выбор – курить или нет.

– Ваша компания вышла «в плюс»?

– Мы уже второй год «в плюсе». В 2014 году денежный оборот у нас составил 200 миллионов рублей. И такой же поддерживается.

Мы хотим, чтобы он увеличился, но из-за кризиса сделать это пока не удалось.

– Вы в России уже 10 лет. Изменились ли за это время россияне?

– Раньше россияне все больше смотрели на Запад, чтобы найти для себя вдохновение, понять тенденции моды. А сейчас стали в большей степени патриотами. Здесь люди больше переживают за свою страну, стараются что-то изменить вокруг себя.





– Стоит ли сейчас иностранцам ехать в Россию, чтобы открыть свое дело?

– Если преодолеть языковой барьер, то я бы, конечно, советовал в Россию ехать. Если здесь что-то делать качественно, можно неплохо заработать.

В России очень много талантливых людей в сфере технологий, много отличных программистов. Одна из перспективных областей – разработка в сфере виртуальной реальности. Это игры, фильмы, сериалы, телевизионные передачи, разные виды

развлечений, которые погружали бы человека в виртуальный мир и он становился участником происходящего на экране. За этим будущее.

Интересна иностранцам может быть и банковская сфера. Можно что-то придумать в области финансовых технологий, может быть, открыть какой-то новый вид банка, которого раньше не было.

– Москва вам кажется дорожим городом?

– Она может показаться дорогой с точки зрения туриста. Если ходить

**Если здесь что-то делать качественно,
можно неплохо заработать.**

в рестораны и жить в гостинице. Но если покупать продукты в супермаркетах и снимать жилье в спальном районе, в Москве можно жить достаточно экономно.

– Что у вас в планах?

– Мы бы хотели открыть еще пару офисов в других странах. Я, например, склоняюсь к Ирану. Мои российские коллеги рассматривают

Нидерланды. Но мне кажется, что с точки зрения бизнеса это не совсем здравая мысль. Там рекламный рынок достаточно насыщен. У нас в Англии есть пословица: *better to be a big fish in a small pond rather than a little fish in the ocean* – «лучше быть большой рыбой в маленьком пруду, чем маленькой рыбешкой в океане». ■

**«Лучше быть большой рыбой
в маленьком пруду...»**



Итальянка **Сильвия
Мандруццато**
преподает
москвичам свой
родной язык



**Учить людей —
не картошку
продавать**

ТЕКСТ: СТАНИСЛАВ КОМАРОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



Сильвия еще в детстве познакомилась с русской литературой и начала учить русский язык. Так уж сложилось, что в их семье было и сохраняется особое отношение к России, россиянам и русской культуре. И вот, спустя многие годы, ее детская мечта о том, чтобы жить и работать в Москве, осуществилась. Теперь **Сильвия** с коллегами учит москвичей итальянскому языку в специально основанном ею с партнершей культурном центре.

– **Сильвия, по образованию вы политолог, изучали экономические и политические трансформации стран Восточной Европы. И вдруг в начале 2000 -х переехали в Москву. Почему?**

– Я очень давно не работаю по основной специальности. В начале пути я написала несколько работ о российской политике и экономике в переходный период. Мне предлагали остаться в университете на

кафедре, но я очень хотела работать в России. К счастью, моя мечта осуществилась.

– **А откуда у вас такой интерес к России?**

– В восемь лет я заболела. Сидела дома и нашла в нашей библиотеке книгу «Собачье сердце» Михаила Булгакова на итальянском языке. Дело в том, что мой папа – большой любитель русской литературы, в его

Мне предлагали остаться в университете на кафедре, но я хотела в Россию.





**В Италии у меня был опыт преподавания,
и я решила заняться этим и в России**

библиотеке есть и те книги, которые запрещали в СССР, но перевели на итальянский. В том возрасте я, конечно, не понимала всего подтекста. Мне просто было жалко Шарикова, главного героя книги, которого профессор Преображенский превратил из собаки в человека. Человека, как вы помните, из него не получилось, и Полиграф Полиграфович снова стал собакой...

Тогда я решила выучить русский язык, чтобы прочитать эту книгу в оригинале. Но после школы поняла, что просто изучать русскую литературу и знать русский язык будет скучно – этому я научусь самостоятельно, – а вот стать политологом было бы интересно! Так я поступила в университет и окончила его.

– После университета сразу переехали в Россию?

– Нет, что вы! Еще во время учебы у меня была студенческая стажиров-



ка в России от итальянского нефтегазового концерна Eni. А по окончании университета мне предложили работать в итальянской компании, которая поставляла в Россию упаковочный

материал. Так я здесь и оказалась. Некоторое время жила и работала то в Италии, то в России. А в начале 2000-х окончательно переехала сюда. Стала работать в мебельной компании, реализующей ткани и интерьеры премиум-класса. Тогда были золотые годы для этого сегмента бизнеса.

– А как начинался ваш собственный бизнес?

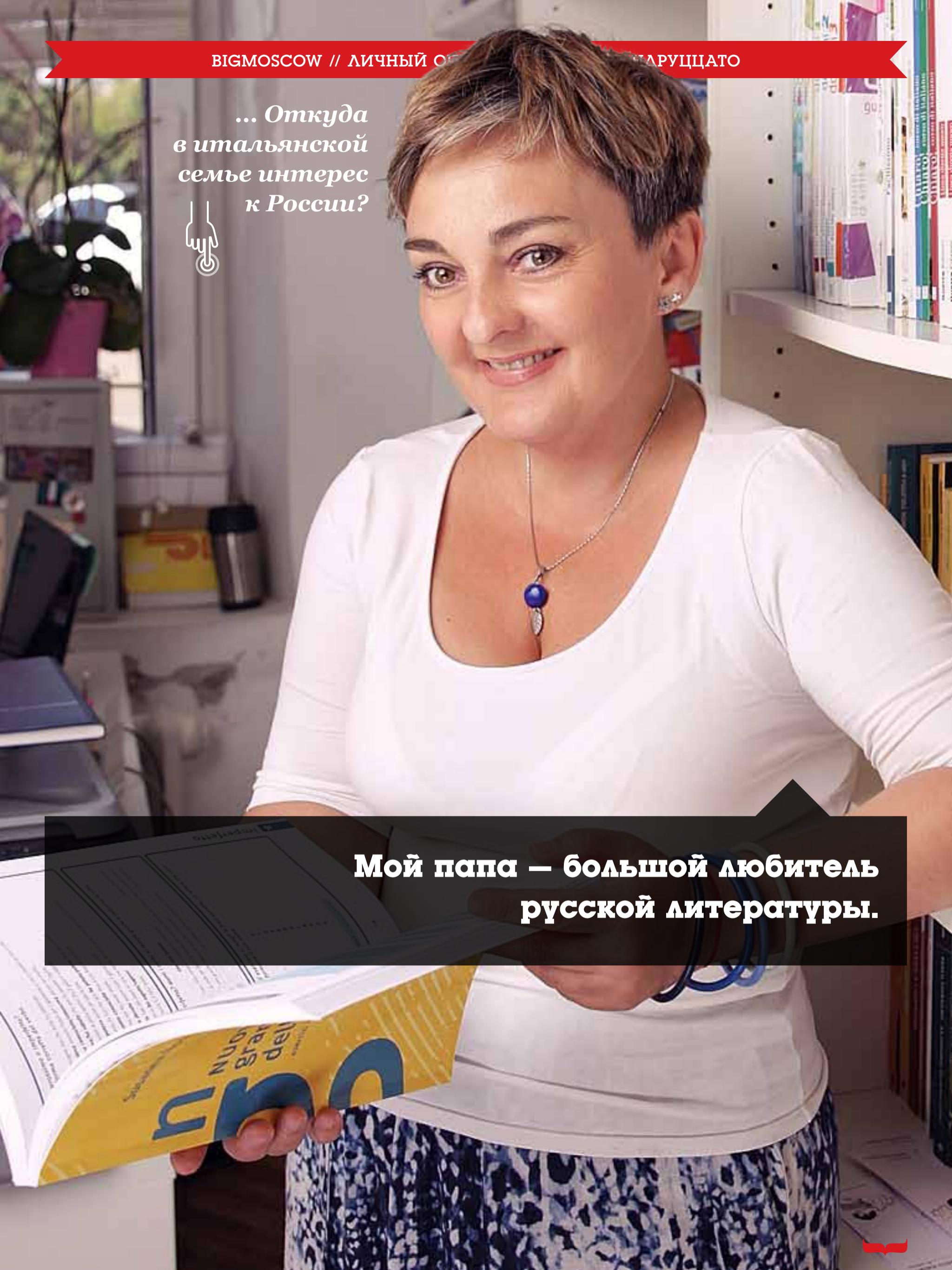
– В Италии у меня уже был опыт преподавания, и я решила в свободное от работы время заняться этим в России. Поначалу бесплатно об-

Переехать из Италии во Францию, Германию или Великобританию – одно, а в Россию – совсем другое.

*... Откуда
в итальянской
семье интерес
к России?*



**Мой папа – большой любитель
русской литературы.**



учала друзей и всех желающих итальянскому, практиковалась. Потом два года преподавала в Институте культуры при Посольстве Италии в России, где и познакомилась со своей будущей подругой и компаньоном. Она профессиональный педагог и целенаправленно приехала в Россию обучать людей итальянскому. В 2005 году, оценив свои силы и профессиональный опыт, мы решили открыть свое дело. Так и появился наш Итальянский центр культуры.

– И как вы распределили между собой обязанности?

– Мой компаньон отвечает за весь учебный и методический процесс, за-

нимается подбором преподавателей, их профессиональной подготовкой. Я же взяла на себя коммерческую составную и некоторые управленческие хлопоты. Сама преподаю уже редко, только какие-нибудь специальные курсы, к примеру, история Италии через призму кинематографа. Но совмещать преподавательскую и менеджерскую работу очень трудно – думаешь в первую очередь о том, как вовремя выплатить зарплаты, уплатить налоги, оплатить коммунальные услуги и арендную плату...

– Как вы строите свой бизнес в России? С какими сложностями сталкиваетесь?

Мнение



Алексей Стогов,
руководитель Клуба
носителей языка



В последнее время россияне все чаще вкладывают деньги в обучение, саморазвитие. Поэтому количество языковых школ в Москве неустанно растет. В большинстве из них русскоязычные педагоги проводят занятия как в школе – по учебникам. Но если вы хотите достичь успеха, от этого следует отказаться. С развитием коммуникаций мир меняется, люди не хотят сидеть в классах. Поэтому лучше открывать языковой клуб или центр, где обучение происходит совместно с культурными мероприятиями. Особенно это касается





**По сравнению с Италией в России
открыть наш бизнес оказалось
гораздо дешевле и проще.**

– Все наши преподаватели – носители языка и педагоги-профессионалы. Они итальянцы. И основная сложность заключается в получении для них рабочих виз. Этим занимается специальное агентство – нам выгоднее отдать такую задачу на аутсорсинг.

Происходит постоянная ротация преподавателей, кто-то приезжает на год-два попрактиковаться. Наши коммуникативные методики не подразумевают, что преподаватель обязательно должен знать русский язык, все обучение идет исключительно на итальянском. Но, на мой взгляд, если ты хочешь жить в какой-то стране, то без знания языка приходится очень трудно. А некоторые наши соотечественники-препо-

даватели, приезжая сюда, думали, что Россия – еще одна европейская страна. Но это не совсем так! Переехать из Италии во Францию, Германию или Великобританию – одно дело, а в Россию – совсем другое. Нельзя до конца понять обычай народа, культуру страны, не зная языка, на котором в ней говорят.

Надо помнить также, что иностранцы всегда под более пристальным наблюдением контролирующих органов.

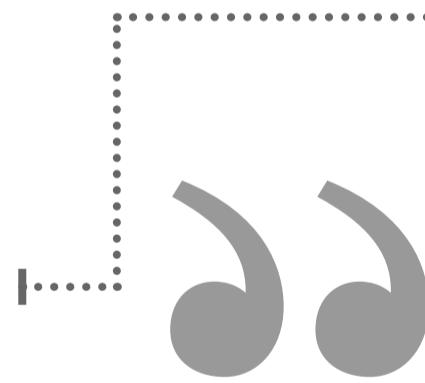
– Ваш центр чрезмерно часто проверяют?

– Нет. Но мы на виду. А единственную проверку у нас делало Министерство образования РФ. Причем мы были этому рады, потому что

Эксперт



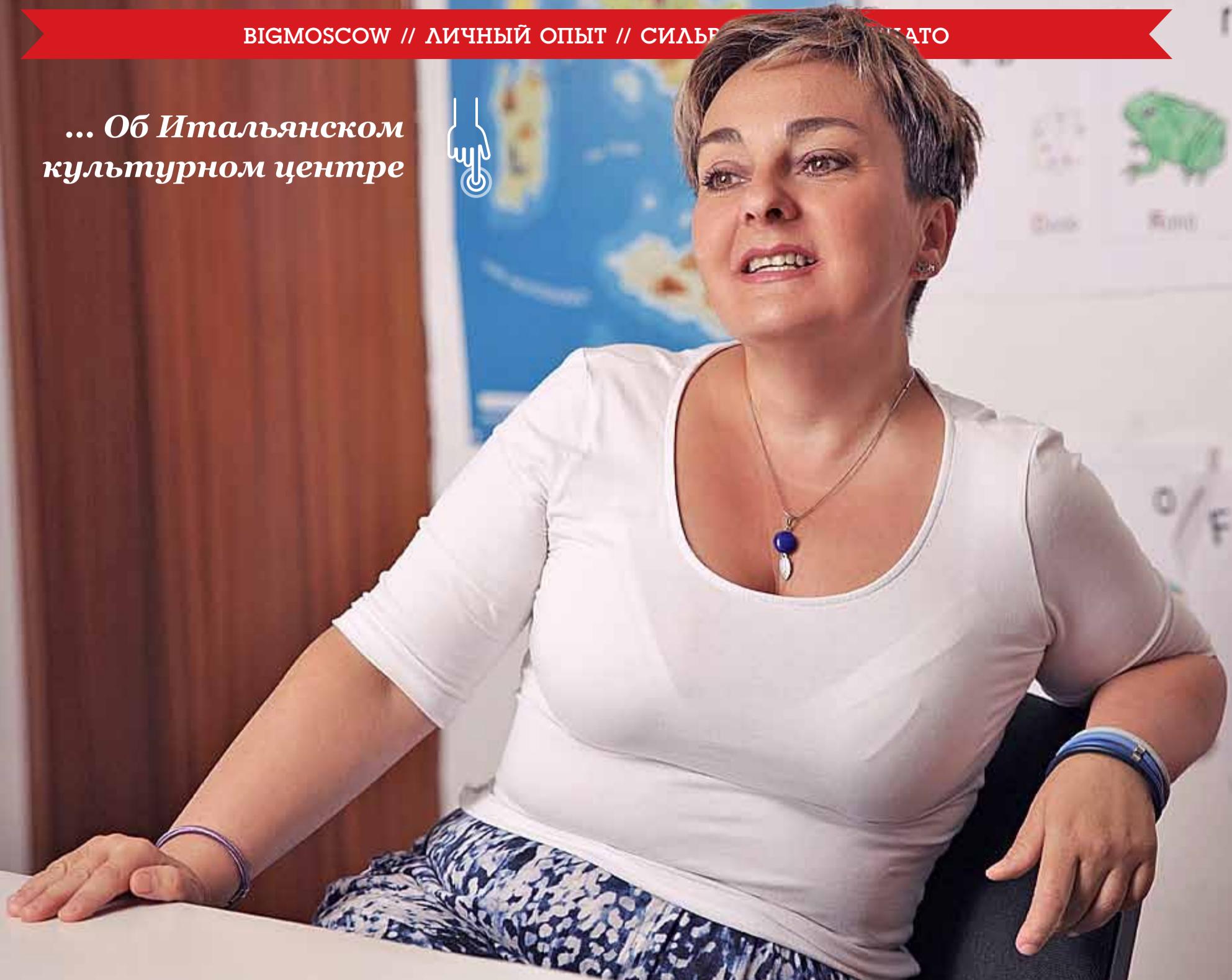
Марина Прокина,
директор
консалтинговой
компании *Starget*



Чтобы открыть школу иностранных языков, понадобится, во-первых, первоначальный капитал в размере минимум 300 тысяч рублей. Расходы каждый месяц будут составлять по 150–200 тысяч рублей, а примерные доходы – около 200 тысяч рублей. Если говорить про окупаемость, полностью вернуть деньги получится в течение года. Предполагаю, что ежемесячная прибыль может составлять около 100–150 тысяч рублей.



*... Об Итальянском
культурном центре*



было сложно сориентироваться в море законов и требований, предъявляемых к компаниям, которые ведут бизнес, подобный нашему. Замечания к нам заключались в том, что велся недостаточный документооборот. Даже пришлось заплатить небольшой штраф. Серьезной нашу недоработку назвать сложно, но тот случай позволил нам привести в порядок всю документацию. Ведь в России наша деятельность лицензирована, поэтому я считаю правильными повышенные требования со

стороны контролирующих органов. Учить людей – не картошку продавать, согласитесь.

– Сколько человек насчитывает ваш преподавательский состав?

– От семи до десяти, зависит от сезона.

Мы бесплатно тестируем будущих учеников на знание языка, и человек может в любой момент виться в группу, которая соответствует его уровню подготовки. Есть группы,

формируемые «с нуля». В них максимум 10 человек. Мы работаем круглогодично, только в длинные новогодне-рождественские праздники, когда все разъезжаются, отправляем слушателей и преподавателей отдохнуть.

Сейчас среди наших студентов очень популярно знание итальянского языка на уровне A2. Он необходим для получения вида на жительство в Италии.

– Кто ваши студенты?

– Обучаются у нас только россияне, в основном женщины. Впрочем, с недавних пор стало больше муж-

– Налоги, выплаты, аренда, коммунальные платежи... Как у всех. Но, к примеру, мы делаем выплаты в Пенсионный фонд РФ, хотя наши преподаватели здесь пенсию получать никогда не будут. Я понимаю, что надо перечислять деньги в Пенсионный фонд, – сама выросла в этом менталитете, – ведь государство должно обеспечивать социальные выплаты пожилым гражданам.

А вот с арендной платой нам просто повезло. Она у нас по московским меркам божеская. Конкретную цифру я называть не хочу, скажу

Надо отлично знать законодательство РФ или иметь надежных партнеров.

чин, которым итальянский нужен для бизнеса. Женщины изучают язык скорее в праздных целях. Поговорить на итальянском на отдыхе, во время шопинга. Приходят на занятия и молодые ребята, которые очень любят итальянский футбол, им тоже необходимо лучше знать язык.

– А какова экономика вашего проекта? На что в основном тратитесь?

только, что получается как за поднаем хорошей, но не самой дорогой квартиры. Это место мы снимаем уже одиннадцать лет, по площади оно порядка 160 метров. Есть внутренний дворик, рядом с метро, здесь можно припарковать автомобиль. Это дореволюционное здание, оно относится к объектам культурного наследия. Ничего перестраивать нельзя, можно делать лишь внутренний косметический ремонт.



Мы искали варианты в современных офисах, но цены там значительно выше. А съезжать из делового центра на окраину Москвы – значит сразу потерять большую часть клиентов.

– Сколько стоят ваши курсы для москвичей?

– Стандартные курсы – это посещение два раза в неделю по два академических часа. Два месяца, тридцать два академических часа. Это стоит 16 000 рублей. Средние расценки для российского рынка. Естественно, разработана разнообразная система скидок, в зависимости от времени посещения занятий и их интенсивности.

– Сколько вам пришлось вложить в свой бизнес на первом этапе?

– Конкретных цифр, извините, не назову, но на тот момент мы вложили какие-то смешные деньги. Нас очень удивило, что по сравнению с вложениями, которые бы потребовались для открытия подобного бизнеса в Италии, начиная от оформления первичных документов, в России все оказалось гораздо дешевле и проще.



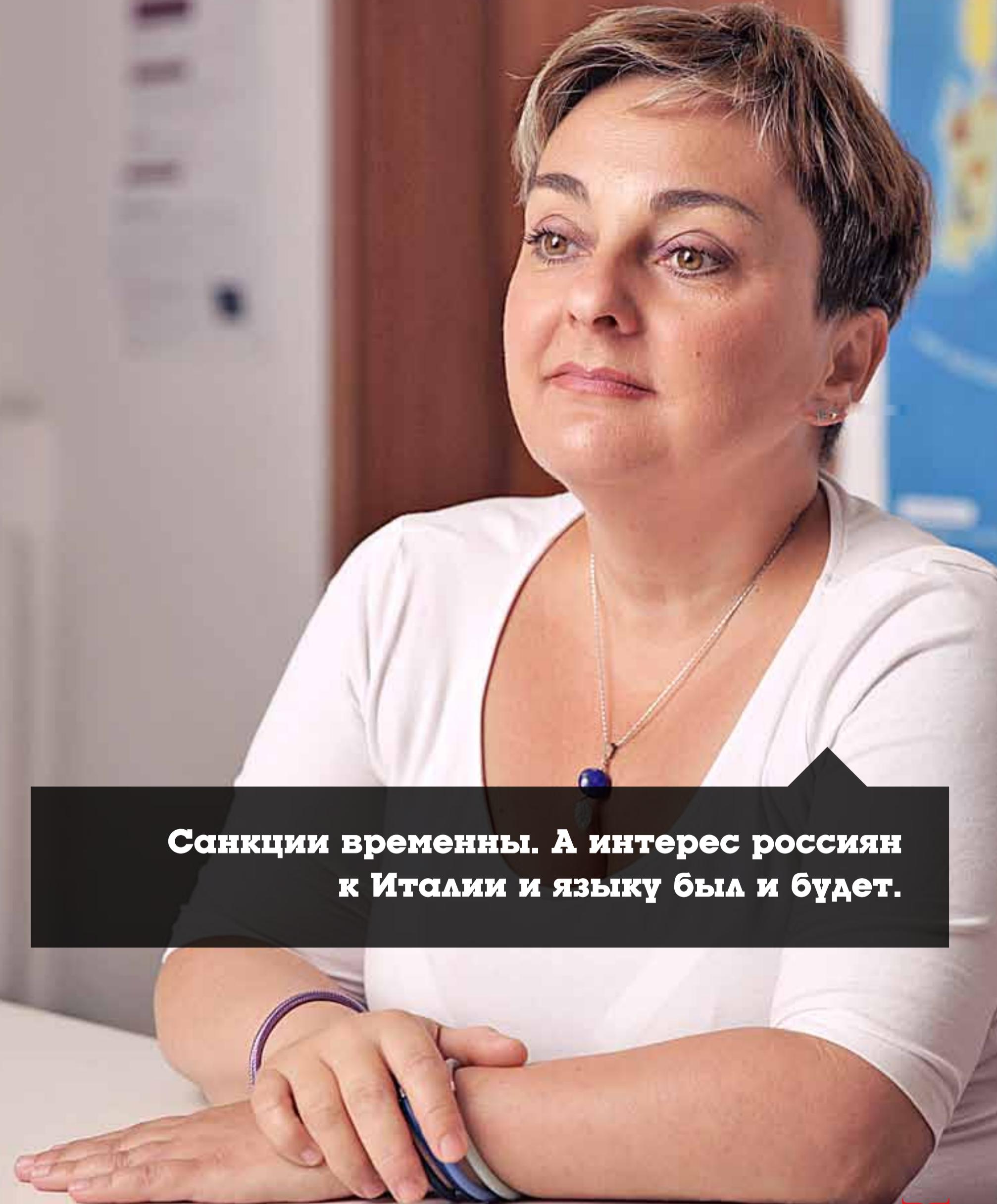
О СИЛЬВИИ
МАНДРУЦЦАТО



– Какие еще подводные камни встречаются на пути иностранного бизнесмена в России? О чем надо знать иностранцам?

– Расскажу на примере из личной практики. Некоторое время назад нам пришлось открывать некоммерческое партнерство, чтобы получить лицензию на преподавательскую деятельность. До недавних пор в России коммерческие структуры, типа обществ с ограниченной ответственностью, подобными вещами заниматься не могли. Сейчас от Министерства образования РФ такие разрешения получены, но Миграционная служба эти изменения еще не ввела в свою практику. Из-за этого в России иногда возникает ощущение, что каждый контролирующий орган, или, как сейчас модно называть, регулятор, работает только на себя. Отсутствие должного уровня координации между министерствами мешает ведению бизнеса.

У разных бизнесов свои особенности, я могу говорить только про свою сферу. Надо отлично знать местное законодательство или иметь в партнерах хорошее консалтинговое агентство, которому можно доверять, чтобы не было юридических ошибок при ведении дел.



**Санкции временны. А интерес россиян
к Италии и языку был и будет.**

Желательно знать русский язык, культуру, историю, нынешнюю экономическую конъюнктуру. Многие мои соотечественники, которые вели успешный бизнес в Италии и знали досконально свое дело, попадая сюда, прогорали. Нужен хотя бы минимальный багаж знаний о России. Это две разных вещи при ведении бизнеса: когда ты общаешься на языке лично или делаешь это через переводчика.

– Вам удается зарабатывать? Ваш бизнес прибылен?

– Как говорят русские, тьфу-тьфу, чтоб не сглазить. Хотя последние полтора года из-за кризиса, в основном из-за роста евро, нам приходится сложно. Наши преподаватели получают зарплату в рублях, но в привязке к евро, а он теперь подскочил практически в два раза. Да, они живут в России, но мы платим им по европейским расценкам.

А еще у нас есть собственный книжный магазин. Книги мы везем из Италии, поэтому из-за скачка курса евро по отношению к рублю были вынуждены поднять на них цены. Если бы не взаимосвязь с языковым центром, нам бы пришлось магазин закрыть. Из-за санкций некоторые итальянские компании ушли с российского рынка, поэтому россиян, которым язык необходим по работе, тоже становится меньше. Однако, на мой взгляд, это временные трудности, а интерес русских людей к изучению итальянского языка всегда был и обязательно будет. ■





**Француз Антуан
Галавтин печет
в столице России хлеб
и хочет издавать газету**

Чемпион, предприниматель и главный редактор

ТЕКСТ: СТАНИСЛАВ КОМАРОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Антуан Галавтин имеет французские и русские корни. Поэтому его тянуло и тянет в Россию. При том, конечно же, что он остается французом. Осев в Москве, **Антуан**, бывший успешный спортсмен, стал... предпринимателем. Да так увлекся, что успех не мог к нему не прийти. Он постоянно развивает свой бизнес. Но делает это не только за счет увеличения площади арендаемого помещения, а прежде всего, за счет нестандартных PR-ходов. Например, он планирует распространять в своей пекарне... собственную газету о Франции и ее культуре!

– В СМИ писали, что вы из интернациональной семьи...

– У меня мама француженка, а папа русский. Они познакомились в бассейне «Чайка» тридцать два года назад, когда мама приехала в Москву по работе. Поэтому у меня и французские, и русские корни. Но паспорт французский, и я считаю себя французом.

– Прежде чем стать бизнесменом, вы сделали блестящую карьеру в спорте?

– Это благодаря папе. Он был чемпионом мира по современному пятиборью среди юниоров. В девять лет привел меня в бассейн. Помнится, свою первую дистанцию в тысячу метров я проплыл «на ногах». Взял плавательную доску в руки и прошел всю дистанцию без остановки.

В CCI France Russie я получил определенные навыки, обзавелся нужными контактами.





**Первые полгода безвылазно
находился в пекарне.**

А в 97-м году мы снова всей семьей переехали в Москву. Мама получила назначение – возглавила представительство французского банка BNP Paribas. У нее был контракт на 4 года. Можно сказать, что в России началась моя профессиональная карьера пловца. Начал участвовать в спортивных соревнованиях. В 2001 году мы вернулись во Францию, и я стал заниматься в федеральном центре подготовки спортсменов. В СССР такие центры назывались школами олимпийского резерва. Спортивные успехи не заставили себя долго ждать.

– Мама – банкир, папа – спортсмен. И вдруг вы начинаете печь хлеб?!

– Когда в 2001-м я уезжал из России во Францию, то уже понимал, что вернусь. Это было вопросом времени. Мне всегда нравилась Россия и годы, которые я провел здесь в детстве. Я



влюбился в свою вторую Родину. В 2011 году познакомился с одной милой русской девушкой, которая сыграла важную роль в моей жизни. Это тоже послужило одним из пово-

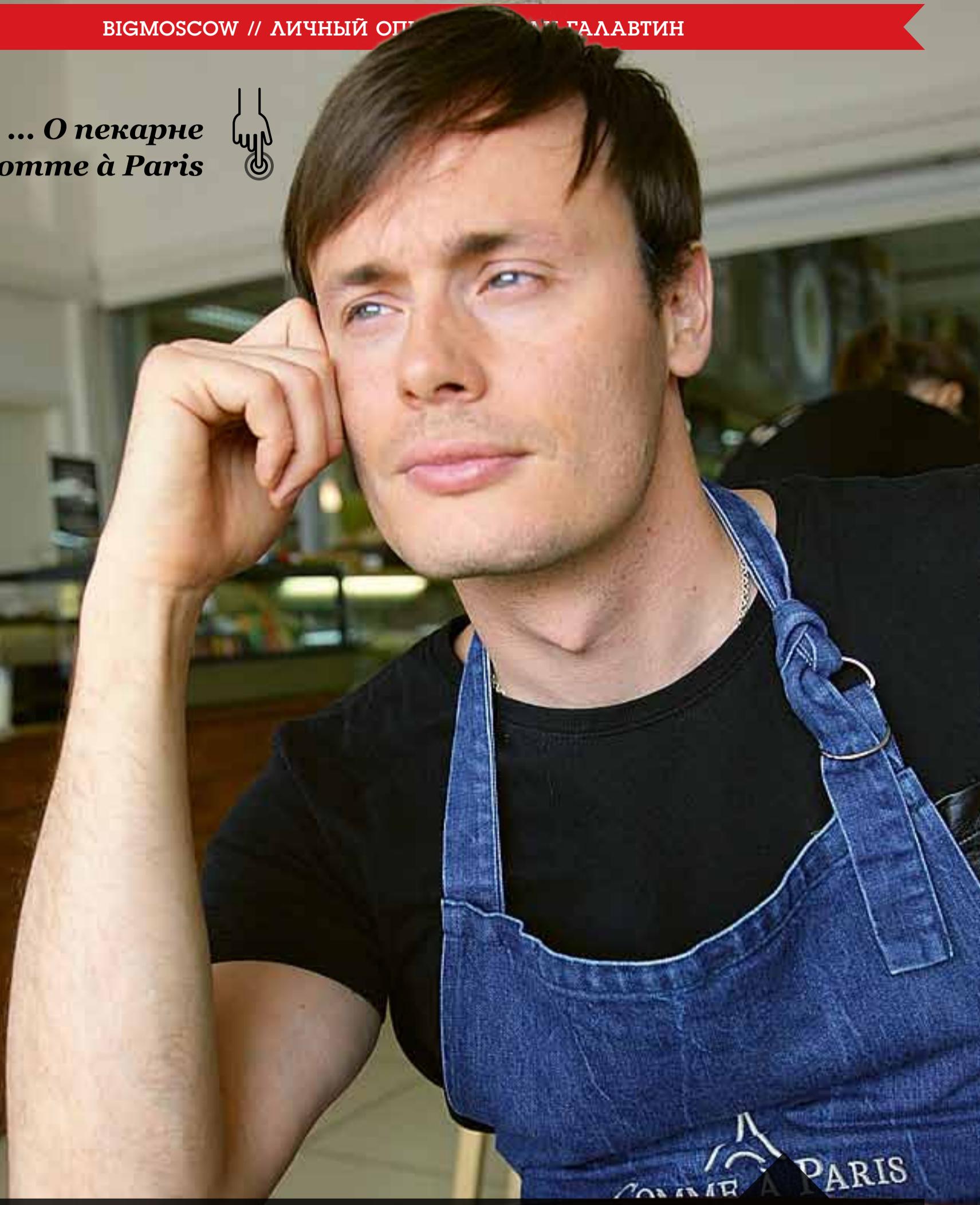
дов для возвращения в Россию, чтобы здесь остаться, возможно, навсегда.

Надо было начинать новую жизнь, искать новую работу. Два с половиной года я проработал во Франко-российской торгово-промышленной палате в России (CCI France Russie), там получил определенные навыки, обзавелся нужными контактами. В голове начали рождаться разнообразные бизнес-проекты. Один из них – создание небольшой частной пекарни, где выпекают настоящий французский хлеб.

– И с чего начали, продвигая свою бизнес-идею?

**В России началась
моя профессиональная
карьера пловца.**

*... О пекарне
Comme à Paris*



Всплеск интереса к пекарне *Comme à Paris* усиливается после публикаций в СМИ.

– С 2012 года я всегда жил на Юго-Западе Москвы. Сначала в Ясеневе, потом в Конькове. Однажды мне рассказали об «Экомаркете», уникальном проекте – рынке и фудкорте с национальными продуктами и кухнями разных стран. И посоветовали присмотреть небольшое помещение для своей бизнес-идеи. Посмотрел. Понравилось. Так и началась история моей пекарни, моего бренда СОММЕ А PARIS.

– *И сколько вы потратили денег, чтобы открыть свой бизнес?*

– Около полумиллиона. Таковы были мои первые вложения. Купил печь, морозильник, столешницу, пару столов, стулья, сюда же вошла и оплата аренды... Но главными вложениями оказались не деньги, а огромное желание воплотить свою



идею в реальность, которое стало стимулом вкладывать в этот проект всю душу. Понимая, что первое время мне придется полностью отдавать себя новому делу, я был готов ко всем трудностям, которые встречал на первых этапах развития моего бизнеса.

На первые полгода мне пришлось забыть, что такое полноценный отдых. Безвылазно находился в пекарне. Если, к примеру, необходимо было съездить в налоговую инспекцию или отлучиться, просил соседа по помещению присмотреть за моим прилавком. Так как в тот момент я был совершенно один и приходилось абсолютно все делать самому. А это закупка всех необходимых ингредиентов для приготовления хлеба и выпечки, продажа, бухгалтерия, вплоть до уборки помещения.

– *О качестве французской выпечки россияне настыжаны. В чем же ее секрет?*

Все должно быть по правилам, документы должны быть идеальными.



**Всегда надо добиваться обязательного
достижения поставленной себе цели.**

– Для того секреты и существуют, чтобы о них молчать. Могу сказать, что в моей выпечке используются лишь самые лучшие и качественные французские ингредиенты. Сегодня я выпекаю четыре вида багетов, около двенадцати видов разнообразных хлебов – со злаками, с инжиром, с греческим орехом, с лимонной цедрой, с сухофруктами – из разных видов муки – пшеничной, гречишной, ржаной, ячменной...

– Ваш бизнес можно назвать успешным?

– Да, я считаю, что мой бизнес достаточно успешен и перспективен. В связи с расширением (я переехал

в более большое и комфортное помещение) я обзавелся командой и полностью поменял все оборудование на более дорогое и современное. Даже во время сегодняшнего кризиса и экономической нестабильности рынка наша французская пекарня остается на плаву, продолжая увеличивать прибыль.

– А на себя что-нибудь остается?

– Если рассуждать с точки зрения покупки дорогого автомобиля или недвижимости, то это для моего бизнеса еще рано. Так как сегодня считаю правильным вкладывать деньги в постоянное улучшение и развитие

Мнение



**Александр
Скуратовский,
генеральный директор
пекарни KOLHOZ**



В отличие от Европы, где в некоторых особенно «хлебных» странах (Германия, Франция, Сербия) в одном квартале может находиться 5–10 частных пекарен, рынок таких пекарен в России только начинает повторно зарождаться после революции 1917 года. Долгое время в период СССР хлебная отрасль в стране была представлена исключительно крупными хлебозаводами. С учетом того, что она всегда дотировалась государством, хлеб стоил очень дешево, и в россиянах, к сожалению, уже генетически заложено, что хлеб не должен быть





**Сегодня считаю правильным
вкладывать деньги в постоянное
улучшение и развитие бизнеса.**

бизнеса. Ну а если рассуждать с точки зрения комфорта в нашем мегаполисе, то мне хватает на все мои потребности.

– Второй точкой вы пока не обзавелись, но размер первого помещения у вас значительно увеличился...

– Открытие второй точки уже в планах. На данный момент подбираем подходящее помещение, ближе к центру. По размеру площадь моей пекарни значительно увеличилась. С 18 до 50 квадратных метров. Теперь у нас помещение с окнами и с отдельным входом, что делает заведение уже полноценной кофейней.

Моя команда состоит сегодня из трех сотрудников: два кондитера и один продавец. Скоро планирую нанять еще одного повара. Помимо хлеба и выпечки у нас в октябре прошлого года появилась кондитерская. Всю продукцию делаем на месте из лучших ингредиентов. Потому что мой бизнес-принцип: работай на совесть, будь честным со своим покупателем, и тогда люди станут твоими постоянными клиентами.

– И кто ваши постоянные посетители?

– В основном это те, кто живет в районе Конькова. Но также приезжают и из других районов Москвы.

Эксперт

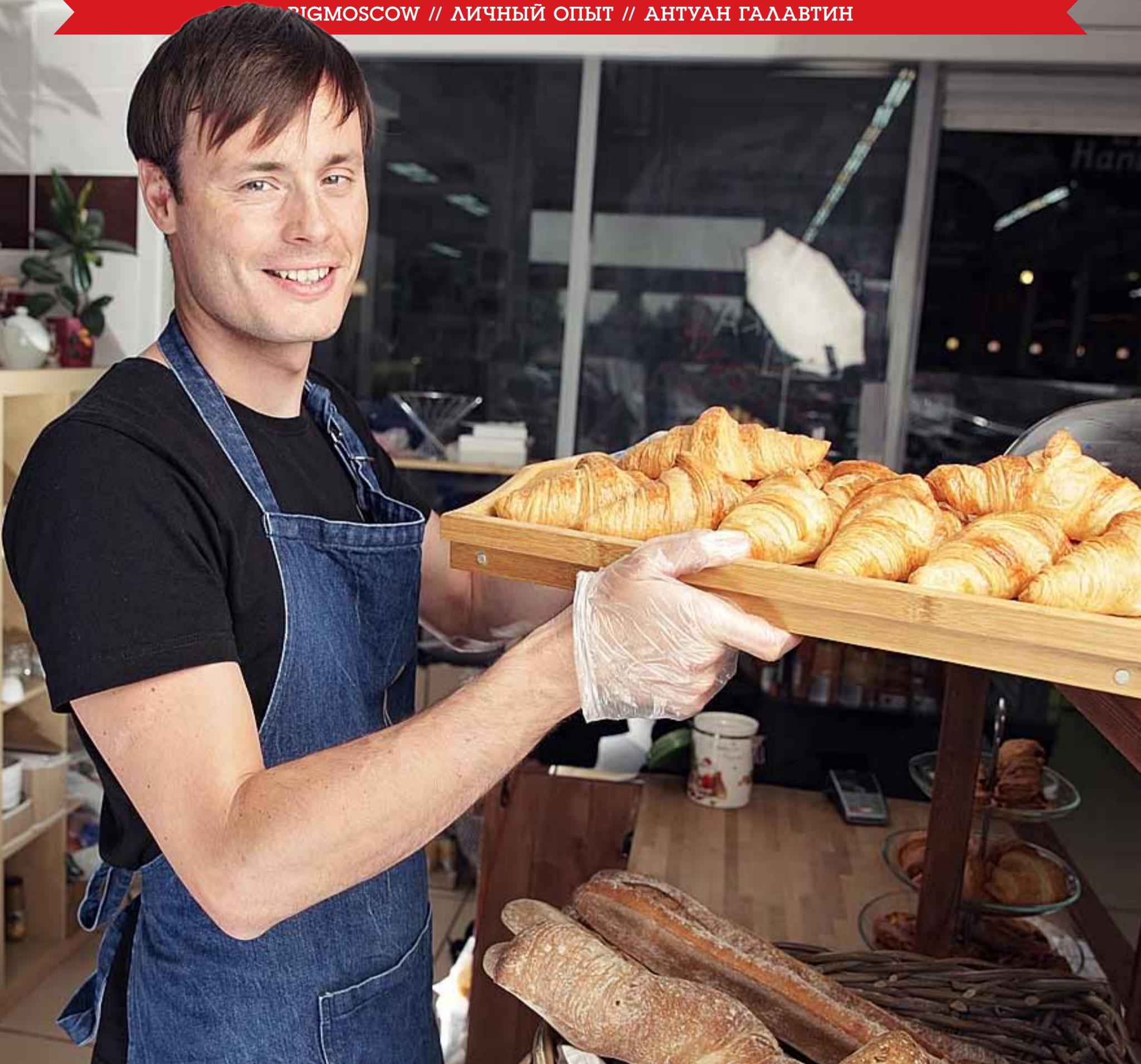


Елена Хлебнова,
project manager
компании INVENTICA –
Consulting & Market
Research



В России, в отличие от Европы, хлебобулочные изделия традиционно, начиная с 20-х годов прошлого века, производят крупные хлебозаводы, формируя до 90% суммарного объема рынка. Но в последние два десятилетия, в том числе с подачи западных игроков, приходят инвесторы, воссоздающие европейский формат мини-пекарен. По итогам 2015 года в Москве доля индустриального производства упала до 64,5%, что эквивалентно выработке 542 тыс. тонн хлебопродукции. Остальной объем – 298 тыс. тонн – формируют пекарни





80% покупателей – моя постоянная клиентура. Что любопытно, всплеск интереса к пекарне СОММЕ А PARIS усиливается после публикаций в СМИ и моего участия в телепрограммах. Иностранные бизнесмены, делающие свой бизнес в России, должны это учитывать.

– Что бы вы еще могли порекомендовать тем, кто открывает свой бизнес в России?

– Мне кажется, что многих моих соотечественников отпугивают административные моменты. Я, допустим, практически все бумаги по открытию бизнеса оформлял само-

стоятельно. Одна российская консалтинговая компания помогла мне подготовить некоторые документы, хотя и их я мог сделать без посторонней помощи. Иностранные же для открытия бизнеса в России очень часто пользуются услугами иностранных консультантов. К примеру, французу, который хочет открыть здесь свой бизнес, сразу же предложат консультантов, которые возьмут на себя эти хлопоты. Но эти услуги стоят огромных денег. По факту же, оформляя документы через российскую компанию, можно это сделать в десять раз дешевле. Единственное условие – надо найти компанию, которая окажет эти услуги качественно.

– Что еще отпугивает иностранных представителей малого и среднего бизнеса?

– Еще когда я работал во Франко-российской торгово-промышленной палате, очень много вопросов вызывали механизмы получения разрешения на работу, тонкости визового режима. По мнению французов, в России эти правила и законы сложны.

ОБ АНТУАНЕ ГАЛАВТИНЕ



И даже несмотря на то, что я многие годы прожил в России, менталитет у меня европейский. Все должно быть по правилам, документы должны быть идеальными. Я всегда к этому стремился. Хочу, чтобы все было четко. Многие законопослушные европейцы ведут себя так же, они не хотят открывать свой бизнес в России не по правилам. Те же, кто его открывает, стараются все делать строго в рамках закона.

– А чего вы еще хотите?

– Хочу создать интернет-магазин, через который можно будет покупать мои продукты и делать заказы. Планирую расширяться: одна точка хорошо, но две – лучше.

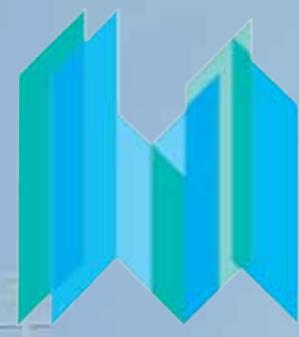
В моих планах также создание собственной газеты. Она будет посвящена моей любимой Франции и выходить на русском языке. Сперва начну распространять ее в своей пекарне, но если получится что-то интересное, то она появится и в других заведениях. В ней обязательно будут мода, бьюти, гастрономия, путешествия и много всего хорошего и полезного – есть уже авторы, которые подготовили около 90 текстов. Я не профессиональный главный редактор, но мне нравится бизнес-



идея сама по себе. Одновременно на нашем новом официальном сайте www.commeaparis.com будем развивать и интернет-версию газеты. Сейчас размышляю о стратегии развития, делать ли контент платным или оставить бесплатным. Посмотрим! За одно ручаюсь – за качество статей!

Параллельно создал французский разговорный клуб. Мы стартовали в сентябре. Будем организовывать мастер-классы по французской гастрономии и авторской выпечке. ■

В моих планах создание собственной газеты.



investmoscow.ru



Единый инвестиционный портал Москвы



НА РАБОТУ В МОСКВУ



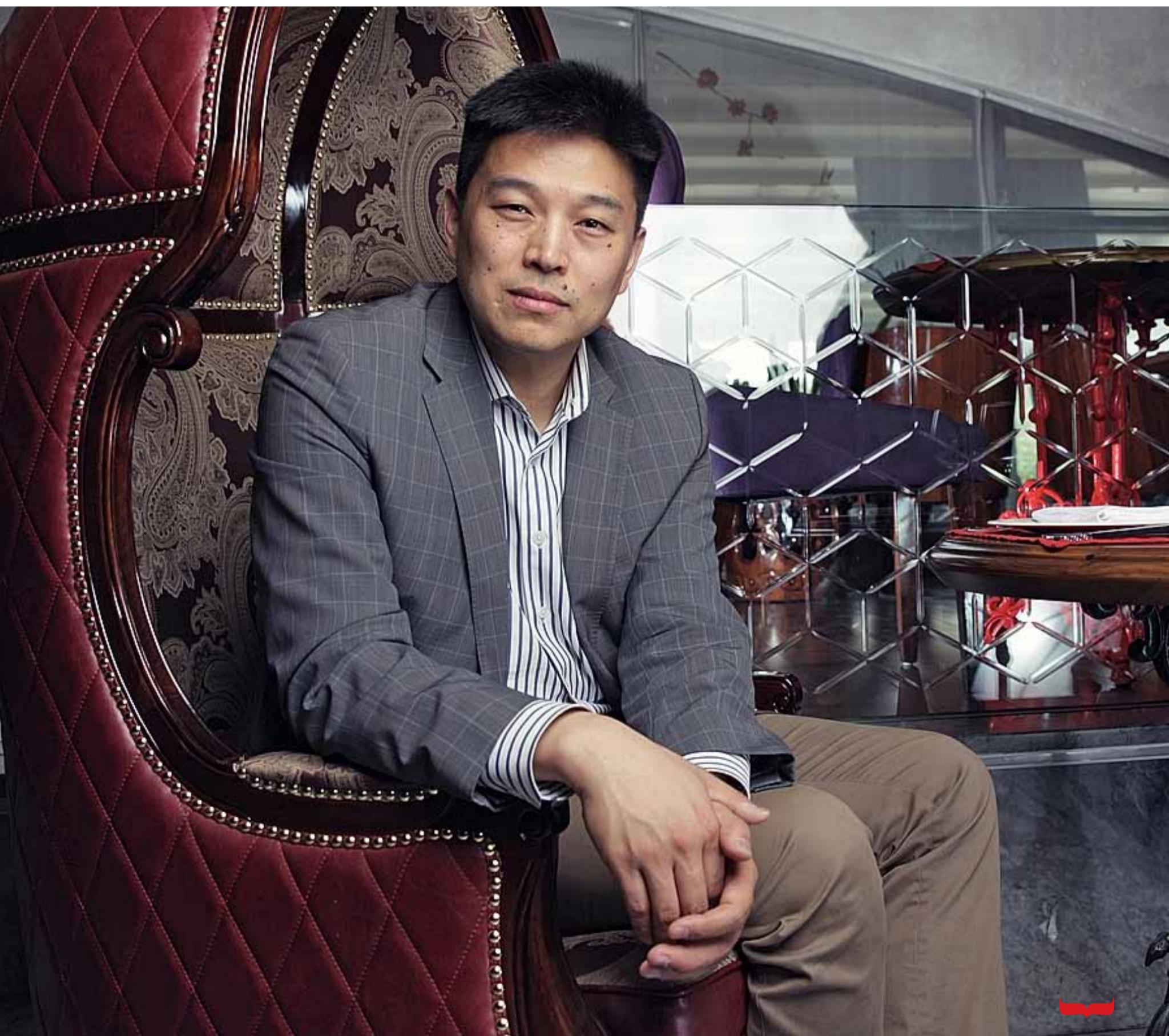
«Большую часть жизни я отдал России»

Зачем китаец **Ли Чжэн** развернулся к реке девятого сына дракона?

ТЕКСТ: СВЕТЛАНА САМОДЕЛОВА | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН



Ли Чжэн живет в России без малого 20 лет. Когда-то он поставлял в Москву из Поднебесной различные товары и продукты. А сейчас является заместителем генерального директора Китайской международной инвестиционной корпорации «Хуамин», Лтд., курирует стройку китайского делового центра в столице РФ и управляет популярным рестораном Soluxe Club. О том, как ему работается и как он соединяет окружающую действительность с китайским кулинарным искусством класса premium, господин **Ли** любезно рассказал обозревателю BIGMOSCOW.



– В феврале 1997 года меня по работе отправили в Москву, где я возглавил представительство Китайской национальной продовольственной корпорации COFCO, – начал свой рассказ Ли Чжэн. – В России я до этого не был. И меня многое тут поразило. Особенно метро, прямо дворцовой красотой некоторых станций. Но еще больше меня поразила доброжелательность людей.

На тот период я еще плохо говорил по-русски. Поэтому обращался с вопросами прямо к попутчикам на улице или в транспорте. Люди в Москве всегда куда-то спешили, но все и всегда останавливались, чтобы помочь мне. Бывало, даже переходили со мной на другую линию метро, а потом возвращались и ехали по своим делам. Потом я не раз убеждался, насколько россияне радушны и искренни.

– Насколько вам близок оказался менталитет россиян?

– Я общался со многими европейцами и американцами. Но ближе всего мне по духу оказались русские люди. Представители Запада чрезвычайно практичны. Они могут вежливо вас приветствовать, обсуждать с вами совместные идеи, а после общего ужина заплатить только за себя и уйти. У них это нормально. Но когда мы сидим за одним столом с русскими партнерами, то после трапезы всегда спорим, кто будет платить. Каждая сторона хочет непременно взять расходы на себя. Мне импонирует такая широта русской души. У нас много общего.

И для русских, и для китайцев важны не только какие-то личные мечты, а желание что-то сделать для всего народа.

– А были ли трудности, когда вы начали работать в Москве?

Для меня Москва – родной город. Я здесь живу и работаю уже 20 лет.

О ЛИ ЧЖЭНЕ



СОТУ В МОСКВУ // ЛИ ЧЖЭН

Цель нашего ресторана — популяризировать
Китай и нашу компанию.

– В представительстве нашей компании тогда было всего два сотрудника: я и русская девушка-секретарь. Она попробовала поговорить со мной по-русски и к концу дня сказала:

«Ли Чжэн, уезжай-ка ты домой. Тебе в России будет очень и очень тяжело». Но я уперся: «Все осилю! Все смогу!» И начал усиленно заниматься русским.

Для китайцев русский язык очень сложен. Чтобы лучше воспринимать на слух слова, мне посоветовали как можно больше смотреть телевизор, а именно новости. И я каждый день после работы в 18:00 смотрел и слушал новостную программу на ОРТ, в 19:00 – на НТВ, а в 20:00 – на телеканале «Россия»... События обсуждались одни и те же. Для меня это был своеобразный трижды повторенный урок.



Еще мне сказали, что человек во сне запоминает слова на уровне подсознания. Целый год я засыпал под звуки работающего радио. Приемник у меня стоял рядом с подушкой. Так что русский язык я учил в том числе и во сне.

Кроме языкового барьера непростым был также и правовой. В России свои законы и правила, которые отличаются от тех, что существуют в Китае.

– *Что из продуктов вы поставляли в Россию?*

– Мы ввозили из различных китайских провинций свинину и говядину в виде замороженных туш. Они прибывали в вагонах-рефрижераторах. Случалось, что в Забайкальске, где растамаживали продукцию, вагоны загоняли на запасные пути и мы не могли их найти по несколько дней...

Договоры порой скрепляла не печать, а честное слово. И партнеры меня ни разу не подвели.



**С первых дней в Москве я не раз убеждался,
что россияне – очень радушные
и искренние люди.**



Но вскоре поставки были отложены. Я вел переговоры с руководителями Царицынского, Останкинского, Микояновского мясокомбинатов. Советский Союз тогда только распался, финансово выживать комбинатам было непросто. Мы договорились, что в начале месяца они забирают у нас мясо, а рассчитываются за него уже в конце месяца. Мы на самом деле сильно рисковали. Но после дружеских посиделок договарива-

лись как-то обо всем. Причем договор порой скрепляла не печать, а честное слово. С директорами мясокомбинатов у меня установились хорошие отношения, и они меня ни разу не подводили.

– И почему вы решили уйти из компании?

– В COFCO я проработал семь лет: с 1995 по 2002 год. И я не ушел из этой компании. Просто она стала

акционером вновь образовавшейся корпорации «Хуамин», где я сейчас и работаю заместителем генерального директора.

Наша компания была специально создана для реализации крупномасштабного проекта: мы строим китайский деловой центр. Это наш государственный проект в Москве. О нем мы договорились еще в 2001 году. Сейчас завершается 2016 год. Мы потратили много сил, чтобы этот проект был реализован.

Наш деловой центр расположится на территории в 100 тысяч квадратных метров недалеко от ВДНХ. Мы построим три башни: гостиницу 5 звезд, офисный корпус и апартаменты. А вокруг будет разбит китайский ландшафтный парк. Работы идут. И в апреле 2018 года мы планируем наш деловой центр открыть.

– А как вы стали директором ресторана?

– В Москве на самом деле немало китайских ресторанов. Но зачастую там достаточно низкий уровень в плане интерьера и качества еды. Очень хотелось показать москвичам, какова на самом деле настоящая китайская кулинарная культура. Так был реализован и этот проект. Наш ресторан Soluxe Club успешно работает уже два года. Он стал достаточно популярным у москвичей и гостей российской столицы.

– Трудно было подобрать нужный персонал?

– Да. На кухне в китайском ресторане должны работать именно китайские повара. Но и в самом Китае найти очень хороших поваров сейчас непросто. А нашим кандидатам еще и предстояло работать за рубежом, жить без семьи. Не каждый на это согласится. Но мы убедили лучших из тех, кого нашли. И они приехали.

– Откуда идут поставки продуктов в ваш ресторан?

– Из Китая мы привозим только какое-то дорогое и необычное для России сырье – например акульи плавники. А овощи и мясо закупаем у местных фермеров. Приправы покупаем у фирмы-посредника, которая поставляет их со всего мира.

– Как разрабатывали интерьер?

– Сначала нашли китайских художников, но их проект не подходил. Потом за дело взялись местные дизайнеры. И опять было не то. В результате пришлось придумывать все самим, мне с моими товарищами.

В интерьере использованы дорогие материалы: мрамор, полудрагоценные камни – агат, оникс, изумруды. Мы, китайцы, верим, что камни живые, у них есть определенная частота колебаний, и они способны приносить людям позитивную энергию.





На кухне в китайском ресторане должны работать китайские повара.

В зале у нас стоят два бронзовых Пичу. Согласно китайской легенде Пичу – девятый сын дракона. В Китае считается, что он питается золотом и серебром и сулит владельцу богатство и удачу. А еще надо, чтобы его голова была повернута к воде. Поэтому у нас эти бронзовые фигуры развернуты к Москве-реке.

– Кто ваши посетители?

– К нам ходят разные люди. Есть те, кто работает в «Белом доме», а также общественные деятели, художники, китайцы, которые в Москве учатся или работают. У нас ведь очень широкое меню. Для истинных ценителей есть императорская кухня, а также есть китайская домашняя кухня. Например, лапша по доступным ценам. К нам приходят студенты, с удовольствием ее пробуют.

– А какое блюдо пользуется самой большой популярностью?

– Утка по-пекински. Одну птицу мы готовим почти 3 дня. Потрошим,

начиняя приправами, маринуем. Потом подвешиваем на крюк, сушим на ветру, чтобы образовалась хрустящая корочка. А на третий день томим в духовке.

Цель нашего ресторана – популяризировать китайскую гастроно-мию и культуру нашей страны. Это, можно сказать, имиджевый проект. Знаете, к нам и посол Японии в России постоянно приглашает своих гостей. А это, согласитесь, говорит о многом. Ведь в Москве немало ресторанов японской кухни, но гостей посол ведет к нам. То есть наш ресторан достойно представляет кулинарную культуру Китая.

– Насколько велика в Москве арендная плата?

– Если сравнивать с Китаем, аренда тут, конечно же, дорогая. Но, учи-

Пичу – девятый сын дракона. Он сулит людям богатство и удачу.



... *О ресторане
Soluxe Club*



**Надо приехать в Москву, чтобы понять,
насколько здесь насыщенная
культурная жизнь.**



тывая кризис, ставки в последнее время сильно упали. Раньше в Москве наблюдался дефицит хороших, качественных офисов. Сейчас их свободно можно найти. На рынке очень много предложений.

– Успели ли вы обзавестись в Москве собственным жильем?

– Я живу в апартаментах. Здание купила наша компания. Жена с сыном и дочерью живут в Пекине. Сын учится. Китайская система образования очень похожа на ту, что была в Советском Союзе. Все очень строго. Учебу прерывать нельзя.

– Вы строите деловой центр. А что еще в планах?

– Хотим открыть еще один ресторан около парка «Сокольники». Он будет располагаться на самом верхнем, 25-м этаже гостиницы «Холидей Инн Москва Сокольники», откуда будет открываться красивая панорама на зеленый массив.

– Как думаете, стоит ли сейчас иностранцам ехать в Москву, чтобы заниматься здесь бизнесом?

– Сейчас как раз и стоит! Пока еще действуют санкции, мировой рынок нестабилен, на нефть держатся низкие цены. Работа и бизнес в России – это очень и очень большой шанс.

Через два-три года будет уже подъем экономики. Надо ценить момент.

– Насколько Москва безопасный город?

– Абсолютно безопасный. В любое время суток я безбоязненно могу пройтись пешком по городу. Для меня Москва уже родной город. Я здесь живу и работаю практически 20 лет. Большую часть жизни я отдал России. Здесь я «встал на ноги», здесь получил водительские права...

– А есть ли у вас любимые места в Москве? Где вы любите отдыхать в выходные?

– Я с детства играю в футбол. И в Москве продолжил заниматься спортом. У нас своя футбольная команда. Мы проводим встречи. Играем против сборной банкиров, с различными российскими компаниями, с дипломатами. Это своеобразная любительская лига.

Иногда с russkimi друзьями в выходной день выезжаю за город на шашлыки. Если выдается свободный вечер – иду в театр или на выставку. Надо приехать в Москву, чтобы понять, насколько здесь насыщенная культурная жизнь. ■





«Я сделал ставку на Россию»

*Немец **Михаэль Кобленц** 10 лет
успешно поставляет необходимые
для отелей товары в столицу
и другие регионы РФ*

ТЕКСТ: ВЛАДИМИР СМЕЛОВ | ФОТО: ЕВГЕНИЙ ДУДИН

Кухонная техника, оборудование для кафе, баров, ресторанов и прачечных, эксклюзивные принадлежности и аксессуары, сейфы и минибары, посуда и столовые приборы – это далеко не полный перечень товаров, предлагаемых немецкой компанией MIKO Group of Companies. Созданная в 2006 году, она специализируется на комплексном оснащении всем необходимым гостиниц. О том, как компания работает в России, обозревателю BIGMOSCOW рассказал владелец и основатель MIKO Group of Companies **Михаэль Кобленц**, берлинец с «советскими» корнями.

... О Михаэле
Кобленце



Сегодня Россия представляет собой совершенно нормальный рынок.

– **Михаэль, давно вы в Москве?**

– С 2006 года. Но не нельзя сказать, что только в Москве. Я постоянно курсирую между Берлином и разными городами России, поскольку наша компания – MIKO Group of Companies – имеет представительства также в Санкт-Петербурге и Сочи.

– **Вы идеально говорите по-русски. Целенаправленно изучали язык?**

– Все гораздо проще: мои родители из Риги, столицы Латвии. Они в 1974 году эмигрировали в Германию. Поэтому русский я знаю с детства. И то, что я стал вести дела в России, следует рассматривать не только как рациональное, но и как логичное, естественное решение.

К тому же бизнесом с Россией активно занимается мой отец, вот уже более 30 лет, начиная с 1980 года,

когда еще существовал Советский Союз. Кстати, его первым проектом был монтаж олимпийской прачечной для Олимпиады-80 в Москве. И он же со своей компанией KOBLENZ & PARTNER оборудовал прачечную для зимних Олимпийских игр в Сочи в 2014 году.

– **Ваша компания действует только на территории России или и в других странах СНГ?**

– Деятельность MIKO Group of Companies на 90 процентов сконцентрирована в странах, охватывающих бывшие республики Советского Союза. Впрочем, с 2014 года с проектами по оборудованию кухонь для гостиниц мы стали успешно выходить и в другие страны мира.

– **Приведите, пожалуйста, примеры вашей работы в России.**

– Давайте для начала я расскажу, как выглядит мой любимый клиент. Это тот, для которого мы планируем создание





С нами охотно сотрудничают западные поставщики: так путь в Россию выходит короче.

в отеле большой кухни, разрабатываем ее дизайн, затем поставляем и устанавливаем оборудование. Кроме того, мы снабжаем номера отеля необходимым гостиничным инвентарем – подушками, одеялами, постельным бельем, мини-барами, сейфами, аксессуарами для ванных комнат... В идеальном варианте такой отель, ко всему прочему, еще предлагает своим гостям кофе, приготовленный с помощью просто фантастических кофемашин швейцарской фирмы JURA, а также чай

– Вы упомянули фирму JURA, о деятельности которой в России наш журнал рассказывал в предыдущем номере. Поделитесь опытом вашего взаимодействия.

– Наше сотрудничество с JURA началось совсем недавно, мы вместе с конца прошлого года. Эта компания известна во всем мире. Мы рады, что именно она стала нашим партнером, предоставив нам право заниматься дистрибуцией кофемашин, предна-

Бизнесом с Россией активно занимается и мой отец – вот уже более 30 лет.

фирмы Ronnefeldt. Эти компании являются партнерами MIKO Group of Companies.

Что же касается примеров реализации наших проектов в России, то MIKO Group of Companies работает практически со всеми пятизвездочными отелями в Москве и Санкт-Петербурге, а также в Сочи. С гордостью можем сказать, что MIKO Group of Companies поставляет тот или иной продукт почти во все российские гостиницы премиум-класса.

значенных для коммерческого использования. Тем более это было сделано в сложные в экономическом отношении для России времена.

– Кстати, о временах. Ваша компания была образована в 2006 году, когда в России наблюдался экономический подъем, и многие зарубежные бизнесмены стремились открыть здесь свое дело. Сейчас ситуация изменилась, ее усугубляют нестабильность



**Знание русского языка — большое,
но не главное преимущество
для зарубежного бизнесмена в России.**

курса рубля, экономические санкции. Эти факторы как-то сказались на вашей деятельности?

– Сказать, что MIKO Group of Companies никак не ощутила на себе последствия нынешней ситуации в России, было бы неправдой. Однако, на мой взгляд, наша руководящая команда смогла в кратчайшие сроки принять правильные решения, верно выстроить стратегию расширения бизнеса, включив в наше портфолио новые группы продуктов, и таким образом минимизировать риски. Это позволило нам в целом сохранить бизнес и персонал.

Нынешний кризис мы воспринимаем как шанс, которым нужно воспользоваться. Мы должны проявить себя, должны быть более оперативными, более гибкими, чем наши конкуренты. У нас позитивный настрой, и мы уверены, что преодолеем трудности, станем еще сильнее, чем были до сих пор.

– Сколько у вас сотрудников в России? И кто они? Много ли среди них россиян?

– В России в подразделениях MIKO Group of Companies работают 35 человек. И все они россияне. Еще 15 сотрудников трудятся в нашем берлинском бюро. Они взаимодополняют друг друга. Наши сотрудники в Берлине – на 95 процентов русскоговорящие, российского происхождения, но, разумеется, говорят и по-немецки, и на других языках. Зачастую они выступают в качестве связующего звена между российским рынком и международными поставщиками, так как наши производители из Германии, Италии, Швейцарии обычно контактируют с берлинским офисом, а не с Москвой. Это, кстати, одна из причин, почему с нами охотно сотрудничают поставщики: так их путь на российский рынок выходит короче.

– И как вы оцениваете профессиональные качества российских работников?

Наша компания имеет представительства в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи.





– Или мне повезло, или у меня хо-
рошее чутье на выбор сотрудников.
Достаточно сказать, что 80 процен-
тов из них работают у нас с самого
начала – с 2006 года. Мы гордимся,
что у нас очень низкая текучесть ка-
дров. К счастью, практически ни-
кто от нас не уходит. И в то же вре-
мя практически нет причин, чтобы

кого-то увольнять. В большинстве
своем наши сотрудники – это моло-
дые, хорошо образованные люди,
все с высшим образованием. Счи-
таю важным, что мы открываем
перед ними возможности карьер-
ного роста, на достаточно ранней
стадии возлагаем на них серьезную
ответственность, а также заботим-

ся о повышении их квалификации, для чего регулярно направляем в Европу на обучение, для участия в семинарах, проводимых нашими поставщиками, в выставках-ярмарках. Так что у нас отличный коллектив, в котором царит team spirit.

– Западные бизнесмены зачастую испытывают страх перед Россией. Говорят о бюрократии, коррупции, преступности... А каков ваш опыт в этом отношении?

– Вы сваливаете все в одну кучу, а надо дифференцировать. Что касается бюрократии, то нужно просто принимать местные условия и действовать. Ведь у меня нет возможности отменять или изменять российские законы. То есть либо я приспосабливаюсь и работаю, либо



ухожу с рынка. Бюрократия в России, вероятно, более выражена, чем та, с которой приходится сталкиваться в Германии, но нужно принимать это так, как есть.

Что касается коррупции и преступности, то нам, очевидно, повезло. Ведь наша отрасль, гостиничное дело, подвержена им в наименьшей степени. Сам по себе бизнес, которым мы занимаемся, предполагает, прежде всего, напряженную, упорную работу.

– Стало чуть ли не традицией говорить об «огромных преимуществах» ведения бизнеса в России. В чем, на ваш взгляд, они заключаются?

– Если говорить в общем плане, то с 2014 года ситуация в России изменилась. В начале нынешнего века практически каждый мог продавать

MIKO Group of Companies поставляет тот или иной продукт почти во все российские гостиницы премиум-класса.



**Нужно просто принимать
местные условия и действовать.**

в России практически все по любой цене. Не хочу сказать, что дела вести было просто, но настроения тогда царили как во времена золотой лихорадки. И в нашей отрасли тоже. Это было время повсеместного строительства отелей, в том числе в Сочи – к зимней Олимпиаде 2014 года. Не хочу сказать, что бизнес в России тогда мог открыть кто угодно, но в то время состояние рынка нельзя было назвать

– Актуальный тренд развития экономики России на современном этапе – импортозамещение. Как вы считаете, не отпугнет ли эта тенденция западных бизнесменов, не заставит ли их отвернуться от России?

– Я смотрю на это с позиций человека, выросшего в Германии – индустриальной стране с мощной экономикой, где собственное произ-

Мы с оптимизмом смотрим в будущее и не намерены уходить с российского рынка.

нормальным. Сегодня же Россия представляет собой совершенно нормальный рынок – не хуже и не лучше, чем где-либо еще. И здесь можно иметь успех, как в любой цивилизованной стране, если предлагать хороший продукт или полезную, целесообразную услугу по разумной цене.

В настоящее время шансы для бизнеса в России столь же велики или столь же малы, как и в других местах. Для меня Россия сегодня является нормальным и, несмотря ни на что, привлекательным рынком.

водство играет очень большую роль. Поэтому считаю, что курс на развитие собственного производства в России – весьма позитивная тенденция, которая позволит стране постепенно избавляться от сырьевой зависимости. Думается, что санкции, ослабление рубля дают экономике России определенные преимущества.

Что касается нашей компании, то она специализируется на продуктах, которые РФ сегодня вынуждена импортировать, поскольку их здесь не производят. Повторюсь: кто хочет инвестировать в Россию, кто в состо-





янии предлагать качественный продукт по разумной цене, тот сможет воспользоваться предоставляемым ему шансом.

– Что бы вы могли посоветовать западным бизнесменам, которые собираются начать бизнес в России?

– Им нужна убежденность в том, что их бизнес-модель сработает. А еще нужно быть гибким, готовым действовать в местных условиях и уметь слушать, поскольку, как мне

представляется, если кто-то намерен приехать в Россию для того, чтобы объяснять ей, как устроен мир, и учить ее жить, то он явно добьется немного. Ну и, учитывая нынешнюю ситуацию, нужно быть готовым к определенному риску при ведении дел в России.

– Знание русского языка играет важную роль?

– Не берусь доподлинно сказать, как обстояли бы дела, если бы я не говорил по-русски. Но то, что знание

русского значительно облегчает мне ведение дел в России, – факт. Так что знание русского языка – большое преимущество для зарубежного бизнесмена в России. Но не главное.

– У MIKO Group of Companies есть планы на будущее в России?

– Я сделал ставку на Россию и продолжаю концентрироваться на этой стране. Не секрет, что есть предприятия, которые после ухудшения ситуации в 2014 году ушли с российского рынка. Но это не наш выбор. Мы исходим из того, что в нынешних условиях сможем стать еще более сильными, мы инвестируем в РФ. Разумеется, MIKO Group of Companies стремится к оптимизации расходов. Но я считаю, что мы

на правильном пути, предлагая относительно широкий спектр товаров и услуг в партнерстве с компаниями JURA и Ronnefeldt, которое позволило расширить целевую группу наших клиентов, поскольку ранее наша компания работала только с отелями. Теперь же мы сотрудничаем также с ритейлерами, такими как российская сеть супермаркетов «Азбука вкуса», поставляем продукцию крупным концернам. Это делает бизнес более увлекательным и разнообразным.

Да, стало сложнее вести дела и зарабатывать деньги в России. Но MIKO Group of Companies не будет останавливаться – напротив, мы с оптимизмом смотрим в будущее и не намерены уходить с российского рынка. ■





t-tronic.ru 

Успех — в глобальных перспективах

*Компания **T-Tronic** вышла
на московский рынок
автосервисов и уже
привлекла инвесторов*

ТЕКСТ: ЕКАТЕРИНА КОЛОСОВА | ФОТО: T-TRONIC

Считается, что стартапер должен выявить проблему целевой аудитории и предложить ее решение.

Давид Шостак, серийный предприниматель, в портфеле которого имеется и достаточно известная в России платформа Vigoda.ru (продажа купонов, предоставляющих скидки на посещение ресторанов, клубов, салонов красоты, на покупки и пр.), такую проблему выявил: цены в автосервисах непрозрачны. И в 2015 году запустил агрегатор T-Tronic, который позволяет автовладельцам найти самое выгодное предложение по обслуживанию автомобиля.

– Давид, а в чем изюминка вашего стартапа? В чем его новизна и нужность для потребителей?

– Мы создали маркетплейс в авторемонтной сфере. Как вы, наверное, знаете, это один из последних сервисных рынков, который лишь недавно был агрегирован, оцифрован. Важным преимуществом нашей платформы является также тот факт, что

мы предоставляем возможность проведения самостоятельной диагностики автомобилей при помощи OBDII-гаджета. При этом наша платформа распознает как общие, так и «фирменные» проблемы тех или иных моделей автомобилей. Когда поломка выявляется при помощи специального девайса, система транслирует ее в партнерские СТО по Москве.

Продукт стартапа должен быть действительно востребован рынком.



Наша платформа знает «фирменные» проблемы практически всех моделей автомобилей.

– Много ли средств вы вложили в этот стартап?

– Сначала мы с партнером Павлом Романовским вложили собственные средства. Это где-то около \$500 тысяч.

– И на что пошли эти деньги?

– На эти деньги была разработана сама платформа и мы запустили рекламу. Мы хотели показать потенциальным инвесторам, да и убедиться сами, что продукт действительно востребован рынком. К тому же мы понимали, что, чем больше вложим собственных средств, тем большая доля в компании в итоге достанется нам.

– Ваши расчеты оправдались?

– Да. Гипотеза оказалась верной. Мы предлагаем автовладельцам то, что им действительно нужно и важно: они ищут лучшие цены на ремонт и техническое обслуживание своего автомобиля, при этом у них должна быть возможность сравнивать предложения, выбирая оптимальный ва-

риант. Помимо ценового параметра значение имеют также расположение автосервиса и, конечно, его рейтинг, поскольку это напрямую коррелирует с проблемой доверия. Разработанное нами приложение полностью отвечает всем запросам. Уже сегодня партнерами T-Tronic являются около 100 автосервисов по Москве и несколько тысяч пользователей.

– А как вы их привлекаете?

– Клиентов наша компания привлекает с помощью контекстной рекламы, рекламы в социальных сетях, BTL-акций и программы лояльности, реализованной совместно с сетью заправок «Роснефть».

– Неужели все и сразу пошло у вас гладко и без проблем?

– А разве так бывает? Сложности возникают, конечно. Главное – своевременно решать все вопросы. Например, у нас проблемы вскрылись на этапе взаимодействия с некоторыми автосервисами – их конечное ценовое предложение, увы, не всегда соответствует заявленному в T-Tronic.



Т-Tronic – изначально глобальный проект.

Так что нам приходится еще и влиять на партнеров, вырабатывая культуру честного взаимодействия с пользователем.

– Как по-вашему, это проявление чисто российской нечестности бизнесменов?

– Нет, что вы. Детальный анализ работы автосервисов во многих других странах показал, что такая ситуация, к сожалению, наблюдается почти везде. И что хорошо – наш проект способен тут положительно влиять на ситуацию. Такова платформа и условия ее использования со стороны автосервисов. Именно поэтому мы намерены наш агрегатор в ближайшее время запустить за рубежом – в США и в Израиле, а затем и в других странах.

– Так быстро?

– Дело в том, что изначально мы не создавали Т-Tronic исключительно для российского рынка. Это по самой первоначальной задумке глобальный проект. Просто начать его, опробовать, отладить мы решили в России.

– Вы уже вложили в это дело немалые деньги. А предстоящее масштабирование – это еще большие средства. Кто ваши инвесторы?

– Это бизнес-ангелы и венчурные фонды, специализирующиеся на компаниях начальной стадии. Сегодня у нас четыре инвестора – двое из России и еще двое из-за рубежа.

– Иностранные больше верят в перспективы этого старта-на?

– Не то чтобы иностранцы больше верят... Просто среди моих знакомых оказалось много инвесторов из других стран. И хотя инвестиции мы искали в основном по людям, которых я знал лично, на первом этапе нам отказалось около 40 человек. Но знаете, это хорошая статистика: считается, что только 2% инвесторов в итоге входят в сделку. А в наш Т-Tronic поверили 10% тех, к кому мы обращались.

– Каков сегодня штат вашей компании?

– На данный момент в компании работает около 10 человек: эксперты,



развивающие технологии, продуктологи, маркетологи, call-центр и отдел по работе с автосервисами. Мы сознательно не раздуваем штат.

– Как скоро вы ожидаете окупаемости проекта?

– В следующем году. Компания пока находится в инвестиционном периоде и еще долго не выйдет на плановую самоокупаемость. Наш основной вектор развития сейчас – захватование доли рынка.

– А что у вас в ближайших планах?

– Последующее развитие и совершенствование продукта, выход на глобальные рынки, поиск новых стратегических партнеров в B2B-сегменте.

В дальнейшем у нас будут еще инвестиционные раунды: при этом финансовые средства нам будут необходимы, помимо прочего, под технологическое развитие самостоятельной автомобильной диагностики (поскольку автопарк в разных странах отличается) и маркетинг. ■



**Интервью с инвестором
стартапа T-Tronic
Севой Раскиным**



Российский рынок привлекателен

*Инвестор из Израиля **Сева Раскин**
поддержал финансово целый ряд российских
проектов и рассматривает другие*

ТЕКСТ: ЕКАТЕРИНА КОЛОСОВА | ФОТО: ИЗ АРХИВА СЕВЫ РАСКИНА



Сева Раскин хорошо изучил особенности российского рынка стартапов. Он уже вложился и поучаствовал в запуске многих проектов и в целом доволен содержанием своего портфеля. Предприниматель считает, что в России есть интересные проекты и команды – особенно те, которые ориентируются на выход за пределы локального рынка. Таков и проект T-Tronic – платформа-агрегатор для взаимодействия автовладельцев и автосервисов с целью выбора наиболее выгодного предложения по плановому или экстренному обслуживанию авто. Сегодня господин **Раскин** рассказывает, как и почему он выбирает российские стартапы.

– Сева, почему вы решили инвестировать в стартап на российском рынке?

– Рынок в России довольно привлекателен, ведь он не перестает быть частью мировой экономики – в этом со мной соглашаются многие иностранные инвесторы, с которыми приходилось эту тему затрагивать. Безусловно, в связи со снижением деловой активности и падением доходов населения

многим в России сегодня приходится сложно, но некоторым компаниям удалось «изобрести себя» заново, в том числе и переместив фокус на мировые рынки. Нельзя также забывать, что кризис зачастую порождает новые возможности – преуспевают игроки, которые благодаря своей эффективности и инновационной технологичности могут предложить товары и услуги по более низкой цене.

При выборе проекта я смотрю не на страну происхождения, а на команду.



– А как вы выбираете достойный поддержки проект?

– При выборе проекта, главным образом, я смотрю не на страну происхождения, а на команду. С Давидом Шостаком мы знаем друг друга уже более 10 лет, и я уверен в нем как в грамотном операционном менеджере и надежном партнере. Поэтому я вложился в T-Tronic, хотя тут и была непростая начальная стадия, когда на базе первоначальной идеи формировалась бизнес-модель. Да и помимо этого, как в любом новом проекте, постоянно возникало множество мелких и крупных задач. Давид успешно провел проект от замысла до продукта и довольно быстро запустил отличный и очень нужный, на мой взгляд, сервис в коммерческую эксплуатацию.

– Насколько активно вы принимаете участие в жизни проекта?



– Я помогаю со стратегией – от анализа и планирования до имплементации, – ну и, в силу моего профессионального опыта, с привлечением инвестиций. Мы с Давидом общаемся минимум пару раз в неделю.

– В других проектах вы так же активны?

– Не во всех. Хотя, конечно, стараюсь помогать всем по мере сил... Многое зависит от стадии, на которой я присоединяюсь. Например, в SOLOMOTO – это кросс-канальная SaaS-платформа для организации присутствия и управления продвижением в онлайн-среде – я участвовал в составе команды основателей, сейчас работаю в совете директоров и занимаюсь фандрейзингом и бизнес-девелопментом. У этого израильского проекта с серьезным российским присутствием большой международный

Я постоянно отсматриваю новые перспективные проекты в России и в Белоруссии.

потенциал, который оценили серьезные инвесторы, в частности Bloomberg Capital. Сегодня, помимо России, SOLOMOTO уже работает в Латинской Америке и США.

В проектах, к которым я присоединился как финансовый инвестор и которые поступательно развиваются и без моего вмешательства, я стараюсь быть полезным своими контактами с потенциальными клиентами, контрагентами, инвесторами.

– Вы рассматриваете другие проекты?

– Да, я постоянно отсматриваю новые перспективные проекты, в том числе в России и в Белоруссии.

– А как вы принимаете решение об инвестировании?

– Как инвестиционный банкир и консультант я привык полагаться на аналитику, которая дает ответы на довольно стандартный набор вопросов. Но даже когда рациональные тесты дают положительный результат, необходимо подключать интуицию, прислушиваться к собственным ощущениям. Ведь цифры совсем не всегда – особенно в случае совсем молодых проектов – позволяют уверенно делать выводы. Успешным инвесторам удается ошибаться реже...

щениям. Ведь цифры совсем не всегда – особенно в случае совсем молодых проектов – позволяют уверенно делать выводы. Успешным инвесторам удается ошибаться реже...

– То есть все ваши проекты успешные?

– Зависит от определения успеха... (Смеется.) В моем портфеле сейчас порядка 10 проектов, все они развиваются, некоторые очень активно.

– Отличаются ли российские и израильские проекты в ведении бизнеса?

– Основное отличие – в Израиле каждый стартап-предприниматель с первого дня ориентируется на глобальную экспансию, ведь в самой стране слишком узкий рынок. В то же время многие российские проекты развиваются или планируют свое развитие лишь внутри страны и не сильно стремятся к глобальному масштабированию. Что тоже понятно, ведь Россия – большая страна со 150-миллионным населением... Вероятно, отчасти это объясняется

В Израиле практически у каждого стартапера глобальные амбиции.



и тем, что многие сегодняшние стартаперы – это поколение, родившееся в 80-е и начале 90-х и унаследовавшее специфический менталитет того времени. Те из них, кому довелось поучиться и поработать на Западе, расширили свой кругозор по сравнению с теми, у кого такой возможности не было.

Но время идет, и уже есть ряд российских айтишных проектов, которые масштабировали себя за пределы России и бывшего Советского Союза и успешно конкурируют на международных рынках.

мы, способа ценообразования и, наконец, маркетинговых коммуникаций) и, конечно же, особенностей продукта и так далее. В целом же масштабирование на новые рынки – сложная бизнес-задача. И, как правило, рассматривается как один из ключевых инвестиционных рисков.

– Отличается ли оформление сделки в России и на Западе?

– У меня был опыт оформления сделок в российском праве –ника-

Рынок в России довольно привлекателен, и он не перестает быть частью мировой экономики.

– А в чем основная проблема вывода проекта на международный рынок?

– С технической точки зрения проблема часто в неподготовленности платформы, если речь об ИТ-проектах. Проекты, изначально ориентированные на глобальный рынок, закладывают в технологию большую гибкость, чтобы быстро изменять и настраивать функционал, исходя из особенностей конкретного рынка (привычной для целевой аудитории платежной систе-

ких особенных сложностей в этом смысле в России нет. Другое дело, что в рамках английского права можно прописать любую удобную схему взаимодействия стартапера и инвестора и она будет считаться законной. В России для этого еще не всегда хватает законодательной базы. Но в первую очередь международным инвесторам проще работать в стандартных условиях английского права, которое они хорошо изучили и понимают. Оформление такой сделки не слишком



сложный и не очень долгий процесс, а в результате такое структурирование позволяет симметричным образом организовывать работу на новых рынках. Так было и с T-Tronic: сделка оформлена в английском праве, а затем открыта дочка в России – этот рынок близок основателям проекта, здесь на базе предыдущего опыта началась разработка технологии и обкатка продукта. После того как мы убедимся в удобстве платформы и доработаем кое-какие технологические детали, запустимся на других рынках, в частности в США, в аналогичном формате. Думаю, это может произойти в ближайшем будущем.

– А когда ожидаете отдачу от инвестиций?

– Заходя в венчурный проект на ранней стадии, инвестор должен быть готов ждать от 5 до 10 лет до возможной ликвидности в том или другом формате. Довольно часто случаются и более быстрые сделки, но рассчитывать на это сложно. T-Tronic успешно развивается, пошла первая выручка, но о выходе пока рано говорить – впереди у нас еще долгий путь.

– Вы традиционно хотите продать потом свою долю?

– Как правило, да. Но если у нас получится масштабироваться, то будем сами расти, вероятно, и неогранически тоже. Важно не упираться в единственный желаемый сценарий и быть «оппортунистами» в лучшем смысле этого слова. ■



... О старте T-Tronic



Время масштабировать

*Израильянин **Марк Капчиц** уверен,
что востребованный и успешный
бизнес в Москве и других
городах России обречен
на рост и перспективы*

В2011 году жену **Марка Капчица** пригласили на работу в Москву. И семья приняла решение переехать из Загреба, где они жили в тот момент. Россия поразила их темпами жизни и деловой активностью. **Марк** почувствовал явную разницу с тем, что помнил о стране. Москва изменилась. Но некая «совковость» ощущалась, особенно в сфере услуг. Размышая об этом, **Марк** основал компанию по курьерской доставке Bringo. А потом понял, что гигантские размеры страны и рост ее экономики позволяют легко масштабировать бизнес в сторону увеличения.

ВЕЛИКОЛЕПНАЯ ИДЕЯ

Будучи занятым человеком, я везде и всегда активно пользуюсь курьерскими услугами. В Англии и Израиле, к примеру, это наиболее быстрый способ получения писем, посылок или товаров из интернет-магазинов. Стандарты подразумевают всего 60-90 минут на доставку. Полагая, что и в России ситуация будет схожей, я как-то заказал корм для нашей собаки. И это оказалось не лучшей моей идеей. Потому что пришел корм... только через 3 дня (!). При этом служба доставки так и не смогла мне объяснить, почему именно так вышло. А ведь это был известный международный логист с десятками тысяч курьеров по всему миру.

Следующие мои попытки воспользоваться услугами курьерской доставки в Москве также оказались не слишком успешными. И я все больше убеждался в собственной гипотезе о том, что при огромной интенсивности деловой и бизнес-активности в России



bringo247.ru



ЗАНЯТЫЕ ЛЮДИ АКТИВНО ПОЛЬЗУЮТСЯ КУРЬЕРСКИМИ УСЛУГАМИ.

еще не умеют делать быструю и качественную доставку.

Именно поэтому спустя некоторое время мне пришла в голову идея соединить огромный ресурс людей, которые хотят иметь в случае необходимости источник дополнительного заработка, и заказчиков, многим из которых необходима доставка различных товаров в сжатые сроки.

Так и появилась моя компания Bringo. Тогда еще просто в качестве службы доставки на краудсорсинге.

КАК ВСЕ ОРГАНИЗОВАНО

С помощью мобильного приложения для курьеров каждый желающий брингер может принимать доступные ему доставки, размещенные заказчиками, и выполнять их. Конечно же, получая за это деньги на личный счет сразу же после выполнения работы.

Эта, согласитесь, элегантная краудсорсинговая бизнес-модель отлично вписалась в российский рынок. И первое время моя компания росла очень быстро. В России в таком случае говорят «как на дрожжах».

Однако если количество брингеров (тех, кто может и хочет осуществить доставку и заработать свои деньги) увеличивалось практически экспоненциально – на нас работала инновационная идея, реклама и сарафанное радио (так в России говорят о передаче информации между соседями и знакомыми), – то с клиентами, которые были бы выгодны компании, все обстояло не столь оптимистично. Нашиими клиентами становились, помимо частных лиц, ИП и небольшие компании и интернет-магазины.

О КОМПАНИИ
BRINGO



**ОДНИМ ИЗ ГЛАВНЫХ
ПРИНЦИПОВ УСПЕХА
ЯВЛЯЕТСЯ ПРОФИЦИЙ
КУРЬЕРОВ
ПО СРАВНЕНИЮ
С КОЛИЧЕСТВОМ
ДОСТАВОК.**

Одним из главных принципов успешной работы платформы является небольшой профицит курьеров по сравнению с количеством доставок. Но у нас на тот момент дисбаланс был значительным: на несколько десятков тысяч зарегистрированных исполнителей приходилось всего несколько сотен доставок ежедневно. Этого было явно мало и бизнесу, и брингерам.

УСПЕХ ЗАКОНОМЕРЕН

Выход из ситуации был найден, когда нашелся ответ на вопрос: что есть у Bringo, чего нет ни у кого больше? А ведь это условно бесконечный ресурс свободных исполнителей, который можно как угодно масштабировать, в зависимости от нужд клиента, буквально за минуты. Таким образом, родилась идея предложить крупным компаниям, гигантам e-commerce и даже другим логистам отдавать « первую » и « последнюю милю » на аутсорс брингерам.

Дело в том, что использовать свободного исполнителя вместо штатного курьера практически всегда и дешевле, и быстрее.

Быстрее потому, что система автоматически определяет ближайшего к месту за бора посылки брингера и назначает на него доставку. А значит, в течение 5–15 минут брингер, как правило, уже забирает товар и укладывается с его доставкой в « золотой стандарт » (не более 90 минут).

А дешевле – так как в отличие от штатных курьеров брингеры не « прожигают » оплаченное штатное время. И их всегда можно агрегировать за несколько минут в необходимом количестве.



**ИСПОЛЬЗОВАТЬ
СВОБОДНОГО
ИСПОЛНИТЕЛЯ
ВМЕСТО ШТАТНОГО
КУРЬЕРА И ДЕШЕВЛЕ,
И БЫСТРЕЕ.**

МОМЕНТ ГОРДОСТИ

В итоге сервис Bringo вышел на рынок с несколькими тарифами и пакетными предложениями по экспресс-доставке для крупного и среднего бизнеса. И довольно быстро стало понятно, что это сработало!

На доработку системы и интеграцию новых больших партнеров, среди которых появились компании типа Gett, DPD, PonyExpress, Wikimart, «Азбука вкуса», ушло еще порядка 10 миллионов рублей инвестиций в проект. Но мы ни секунды не сомневались в том, пойдут ли у нас продажи.

Сотрудничество с крупными компаниями, интернет-магазинами и логистами позволило плотно загрузить бингеров доставками и существенно увеличить их заработка. Что, в свою очередь, благотворно сказалось на количестве как курьеров, так и наших клиентов.

О ДОСТИЖЕНИЯХ И ПЛАНАХ

Рынок России огромен. И перспективен. Для практически любой сферы бизнеса. И закрепившись здесь со своим бизнесом, добившись первоначальных, пусть даже скромных, успехов, каждый может масштабировать свое дело в сторону его увеличения. А значит – развиваться и увеличивать не только объемы работы, но и прибыльность бизнеса.

Пожалуй, можно по пальцам одной руки пересчитать страны, в которых имеются такие же, как в России, уникальные условия для масштабирования изначально малого и среднего бизнеса до просто гигантских масштабов оборота.

О МАРКЕ КАПЧИЦЕ



**СОТРУДНИЧЕСТВО
С КРУПНЫМИ
КОМПАНИЯМИ
ПОЗВОЛИЛО
УВЕЛИЧИТЬ
ЗАРАБОТОК
БРИНГЕРОВ.**

На данный момент у сервиса Bringo порядка 3000 корпоративных клиентов различного масштаба, значительный процент которых составляют представители уже среднего и крупного бизнеса: 55% заказов поступает от интернет-магазинов, ресторанов и ритейлеров, около 30% – от логистов, остальное формируют мелкие компании и ИП.

Зарегистрированных брингеров на платформе уже около 80 000. Несколько тысяч из них активны ежедневно.

ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА

Помимо Москвы Bringo уже представлен сетью филиалов во Владивостоке, Новосибирске, Екатеринбурге, Самаре; компания открывает 1-2 филиала в городах-миллионерах каждый месяц. И в планах до конца 2016 года «запустить» представительства в каждом крупном городе России, а таковых как минимум 14. Также мы ведем переговоры со стратегическими партнерами об открытии первых HQ за пределами России – в Лондоне и/или Берлине.

И это, судя по всему, еще только середина нашего пути. Впереди – немало дел. И перспектив. ■





www.liger-logistics.ru



Не надо сорить деньгами!

*Рассказываем о четырех вариантах
уменьшения логистических издержек
для малого и среднего бизнеса*

ТЕКСТ: ЕКАТЕРИНА КОРНЕЕВА | ФОТО: LIGER LOGISTICS



По данным Федеральной налоговой службы, в прошлом году в России состояло на учете 23,5 тысячи компаний с иностранным участием. В условиях санкционного давления предприниматели (и россияне, и иностранцы) оптимизируют свои расходы. Одним из факторов, определяющих конечную стоимость продукции в любом бизнесе, является логистика. Сегодня логист по международным перевозкам компании LIGER Logistics Екатерина Корнеева рассказывает читателям BIGMOSCOW об основных вариантах снижения затрат в этой сфере.

Предлагаем всем заинтересованным читателям четыре основных варианта оптимизации расходов малого и среднего бизнеса в сфере логистики, которые выработаны на основе анализа практической деятельности в этой сфере как нашей компании, так и наших партнеров и конкурентов. Итак...

1. ПРОВЕДЕНИЕ ТЕНДЕРОВ (ТОРГОВ)

Этот способ позволит лучше изучить логистический рынок, найти оптимальные предложения по наиболее выгодной цене. Торги в Российской Федерации подразделяются на открытые и закрытые, могут проводиться в один или два этапа, в форме конкурса или аукциона. В рамках

СТОИМОСТЬ ДОСТУПА НА ТЕНДЕРНЫЕ ПЛОЩАДКИ В РОССИИ СЕГОДНЯ – 1000–1500 РУБЛЕЙ В МЕСЯЦ.



единой информационной системы в сфере государственных закупок и для исключения махинации с тендерными предложениями в России действует официальный портал закупок zakupki.gov.ru. Есть, разумеется, и другие площадки, в том числе и платные. Стоимость доступа на тендерные площадки в России сегодня – 1000–1500 рублей в месяц.

Расходы компании при проведении торгов связаны, в первую очередь, с оплатой услуг специалиста, который будет заниматься тендерной документацией. Его заработка плата на рынке варьируется от 25–30 тысяч в госорганах до 100 тысяч и выше в коммерции. Средняя «стоимость» – около 50–60 тысяч, что подтверждают данные HeadHunter.

Пригласить поставщиков к участию можно по телефону, рассылкой писем по электронной почте, анонсом торгов на сайте компании или в социальных сетях. Если тендер размещается на основных крупных площадках, то

дополнительная реклама не требуется – поставщики услуг внимательно следят за новыми заявками.

При проведении тендера особое внимание нужно уделить требованиям к исполнителю, чтобы обезопасить себя от недобросовестных партнеров, – например детально прописать марки/год выпуска/ вместимость используемых авто.

Рассмотрим конкретный пример:

 На сайте **findtenders.ru** после бесплатной регистрации можно увидеть результаты прошедших тендеров. Обратимся к одному из них: *внутригородские и пригородные перевозки грузовым автомобильным транспортом сыпучих бестарных грузов (например угля) в Кемеровской области*. При максимальной цене 492 590 руб. победитель – ООО «Ресурс Сибири» – предложил цену 164 612 руб. Экономия превысила 300%!

Размер потенциальной экономии, конечно, варьируется и зависит от

**КОГДА У КОМПАНИИ НЕБОЛЬШОЙ ОБЪЕМ
ПОСТАВОК, МОЖНО ОТКАЗАТЬСЯ ОТ ШТАТНОГО
СПЕЦИАЛИСТА ПО ЛОГИСТИКЕ.**



целой группы факторов: суммы тендера, товара или услуги и, конечно, региона. Однако наш пример показал, что экономия может получиться очень хорошей.

2. МОТИВАЦИЯ ОТДЕЛА ЛОГИСТИКИ

Внедрение дополнительной мотивации для сотрудников отдела логистики позволит любой компании сократить транспортные издержки и приведет к экономии логистических затрат. Построение мотивационной системы – не самая простая задача, и важно понимать, что мотивировать сотрудников нужно не к простому исполнению их обязанностей, а к более эффективному и качественному выполнению задач, стоящих перед отделом логистики, внедрению новых технологий и повышению профессионального уровня работников.

Основными средствами мотивации считаются:

- начисление индивидуальных бонусов. Но для начала нужно определить функции и задачи отдела, его

планы. И уже на основе показателей работы (KPI – ключевые показатели эффективности) внедрять бонусную систему;

- переход с фиксированной системы оплаты труда на сдельную. Зароботок будет зависеть от показанных результатов. Сложность в том, что отдел логистики – не зарабатывающее подразделение. Однако такая система оплаты может стать стимулом для сокращения расходов;

- геймификация (*gamification*) – модный термин, который является хорошо знакомым приемом добавления соревновательного эффекта. Например: в отделе вешается доска, на ней рисуется календарь, а в левом столбике на магните крепятся разные значки автомобилей. Каждый значок соответствует конкретному сотруднику. И по мере профессиональных достижений, день за днем, автомобилидвигаются вперед. Всем будет интересно, кто к концу месяца первым придет к финишу. Дополнительным стимулом станет ценный приз или премия для победителя «гонки».

**ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИЗДЕРЖКИ МОГУТ СОСТАВЛЯТЬ
20–30% СТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ.**



Расходы на мотивационную программу определяются в зависимости от размера компании, специфики ее деятельности, размера отдела логистики и экономических показателей компаний. В небольшой компании не в Центральном федеральном округе, где логистикой занимается один человек, работник будет рад премии в 5 тысяч рублей.

3. АУТСОРСИНГ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОТДЕЛА

Если у компании небольшой объем поставок, то можно отказаться от штатного специалиста по логистике и пользоваться услугами логистика со стороны. На сегодняшний день большое количество профессионалов готово работать неполный рабочий день или удаленно, что помогает существенно экономить компании.

На рынке большой выбор компаний или частников, которые предлагаю решить ваши задачи по доставке грузов. Стоимость услуг варьируется и зависит не только от региона, но и от запросов заказчика –

грузоподъемность транспорта, класс груза и так далее.

Например, по Москве в среднем стоимость заказа персонала (в том числе грузчиков) на временные (от 5 часов) работы – от 165 до 250 руб./ час. На постоянные (сменные) работы – от 120 до 180 руб./ час. Заказ грузчиков только на 1 час – 1000 руб.

Стоимость доставки груза по Москве при этом – от 5 до 10 руб./кг (чем тяжелее груз, тем меньше стоимость доставки).

В регионах стоимость заметно меньше. В Хабаровске, например, грузовая машина + 2 грузчика обойдутся в 1000 руб./час. А в Перми «Газель» и грузчики – около 600 руб./час.

4. ИТ-РЕШЕНИЯ

Использование современных систем управления складом и логистикой позволяет контролировать расходы и минимизирует влияние человеческого фактора. Современные ИТ-решения для логистики включают в себя электронный до-

**ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП – НЕ СДЕЛАЙ СВОЕМУ БИЗНЕСУ
ХУЖЕ – ОСТАЕТСЯ НЕИЗМЕННЫМ.**



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПОЗВОЛЯЕТ КОНТРОЛИРОВАТЬ РАСХОДЫ И МИНИМИЗИРУЕТ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР.

кументооборот, геолокацию груза и транспортных средств, управление персоналом (в том числе расчет заработной платы), сервисы управления и построения задач, хранение данных в облачных сервисах и так далее.

Стоимость таких решений зависит от функционала и количества покупаемых лицензий – на одно или несколько рабочих мест. Например, довольно известное решение, которое как раз подходит для малого и среднего бизнеса и прекрасно интегрируется с системой Битрикс, 1С-Логистика: «Управление складом 3.0». На одно рабочее место это решение будет стоить 24,5 тысячи рублей, а на 5 рабочих мест – 105 тысяч.

ВМЕСТО ПОСЛЕСЛОВИЯ

Логистические издержки могут составлять около 20–30% стоимости продукции. Их сокращение значительно повышает конкурентоспособность компаний и помогает пережить непростые для экономики и бизнеса времена. Если говорить о том, какой из приведенных спо-

собов является наиболее эффективным, то для максимального эффекта мы бы рекомендовали применять все эти инструменты в комплексе. Следует составить стратегию оптимизации издержек и шаг за шагом, последовательно внедрять новые решения. Важно не торопиться и перед очередным изменением оценить эффект от уже сделанных шагов.

Главный же принцип – не сделай своему бизнесу хуже – остается неизменным. ■





www.tehno-standart.ru



*... О Научно-техническом
центре «Техно-стандарт»*



Регламенты бизнес-успеха

*Как иностранцам избежать
дополнительных издержек
и штрафов при поставках
в Россию своей продукции*

ТЕКСТ: ЮЛИЯ БЕЛЯКОВА | ФОТО: НТЦ «ТЕХНО-СТАНДАРТ»



Многие иностранцы сегодня хотят начать или расширить свой бизнес в России. И если поставляемая ими продукция по закону требует сертификации, у бизнесменов могут возникнуть проблемы. Хотя многие нормативные документы уже гармонизированы с директивами, действующими в Европе, существуют и российские особенности.

На конкретных примерах о таких ситуациях и путях выхода из них читателям BIGMOSCOW рассказывает директор по маркетингу и развитию Научно-технического центра «Техно-стандарт» **Юлия Белякова.**

СИТУАЦИЯ



Производитель итальянского промышленного оборудования обратился в юридическую фирму для оформления разрешительных документов на свою продукцию, которую он намеревался продавать в Российской Федерации. Все работы были проведены в сроки согласно договору, и итальянец в итоге получил необходимые документы и сертификаты. Но при первой же поставке его продукции из Италии в Россию на таможне возникли проблемы. Вдруг выяснилось, что

Как выяснилось, юридическая фирма, которая помогала оформить документы итальянцам, не вдаваясь в подробности, обратилась в орган по сертификации продукции, который имеет на рынке плохую репутацию. И в результате работы по подтверждению соответствия были выполнены с нарушением. Заказчик понес не-предвиденные издержки, т.к. поставки продукции были сорваны. В итоге, конечно, ситуация была разрешена, когда итальянец оформил документы как следует.

Урок для всех: необходимо тщательно проверять своих контрагентов. Если это юридическая фирма или агентство, то следует уточнить, какой орган будет выпускать сертификат, и запросить референс-лист. Также важно знать,



СИТУАЦИЯ



В 2006 году известная американская компания поставила на российский рынок горнодобывающее оборудование. Затем, уже в 2013 году, эта же компания из США опять заключила контракт на поставку абсолютно такого же оборудования. Но в процессе работы вдруг выяснилось, что провести сертификацию на иностранного заявителя, как это было в 2006 году, по российскому законодательству уже нельзя...

За прошедшее время в России существенно изменилось законодательство в области технического регулирования. И с 2012 года стали вступать в силу Технические регламенты Таможенного союза (ТР ТС). Например, в системе ГОСТ Р, а также по техническим регламентам Российской Федерации, заявителем могла быть иностранная компания. А согласно требованиям Технических регламентов Таможенного союза заявителем при подтверждении соответствия может быть лишь компания – резидент страны Таможенного союза. Решение, конечно же, было найдено: заявителем в сертификате на эту поставку стала российская компания, которая и закупала оборудование.

**В РОССИИ ВСТУПИЛИ В СИЛУ
ТЕХНИЧЕСКИЕ РЕГЛАМЕНТЫ
ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА
(ТР ТС).**

СИТУАЦИЯ

3

Немецкая компания по изготавлению электроинструментов провела в России сертификацию выпускаемого ею оборудования на соответствие требованиям ТР ТС 010/2011 «О безопасности машин и оборудования», а также ТР ТС 004/2011 «О безопасности низковольтного оборудования», и маркировала свою продукцию знаком ЕАС. Но... при реализации продукции была оштрафована за ее неправомерную маркировку.

Дело в том, что продукция, маркируемая знаком ЕАС, должна отвечать всем требованиям Технических регламентов Таможенного союза, которые на нее распространяются. И в данном случае продукция должна была пройти подтверждение соответствия еще и по техническому регламенту Таможенного союза ТР ТС 020/2011 «Электромагнитная совместимость технических средств».

Перед подачей заявки на сертификацию заявителю нужно безошибочно определить необходимые Технические регламенты Таможенного союза, распространяющиеся на заявляемую продукцию. Нарушения чреваты. В Кодексе РФ об административных правонарушениях есть статья 14.46 (ч. 1), которая определяет ответственность за неправомерное нанесение знака обращения продукции на рынке. Согласно этой статье предусмотрены штрафы для должностных лиц и юридических лиц в размере до 300 000 рублей.

**НУЖНО БЕЗОШИБОЧНО
ОПРЕДЕЛЯТЬ НЕОБХОДИМЫЕ
ТЕХНИЧЕСКИЕ
РЕГЛАМЕНТЫ ТС.**



СИТУАЦИЯ

4

Известный немецкий поставщик электротехники реализует свою продукцию на семи предприятиях в России. Но согласно требованиям ТР ТС, вступившим в силу с 2012 года, заявителем может выступать только компания, зарегистрированная на территории Таможенного союза. Эта ситуация очень напоминает уже рассмотренную нами ситуацию №2. Но найденное там решение в данном случае не годится. Ведь сертификаты соответствия для семи разных предприятий пришлось бы оформлять семь раз! Такой расклад поставщику, что называется, влетит в копеечку.

И все-таки решение подобной проблемы есть. И оно существенно снизит расходы предпринимателей, поставляющих свою продукцию в Россию. Чтобы избежать излишних финансовых и временных потерь в данном случае, надо зарегистрировать юридическое лицо на территории Таможенного союза. Вот и в данном случае немецкий поставщик для выхода из создавшейся ситуации открыл и юридически оформил свой филиал на территории Таможенного союза. На данный филиал и были оформлены все сертификаты и декларации для последующих поставок продукции всем семи российским предприятиям-потребителям.

**ПРИ МАСШТАБНЫХ
ПОСТАВКАХ РАЗНЫМ
ПАРТНЕРАМ В РОССИИ СТОИТ
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ ЮРИДИЧЕСКОЕ
ЛИЦО НА ТЕРРИТОРИИ ТС.**





Найти партнеров? Легко!

*Представляем наиболее интересные
малому и среднему бизнесу
международные выставочные
мероприятия в Москве*

ТЕКСТ: ПАВЕЛ ДЕНИСОВ





ОБУВЬ. МИР КОЖИ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ОБУВИ И ГОТОВЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ КОЖИ

03.10–06.10

Место проведения:

ЦВК «Экспоцентр»

**Профиль: мода и стиль, одежда,
обувь, аксессуары, ткани**

Международная выставка обуви и готовых изделий из кожи «Обувь. Мир кожи» проходит в Москве дважды (весной и зимой) ежегодно. Сегодня это наиболее известная специализированная выставка в области производства обуви, одежды и изделий из кожи. Она дает уникальную возможность продвижения товара во все регионы России и СНГ.

Выставка «Обувь. Мир кожи» – результат усилий двух лидеров международного выставочного бизнеса: фирмы BolognaFiera (Италия) и ЗАО «Экспоцентр» (Россия).

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ





НОМИ RUSSIA
МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА ПРЕДМЕТОВ
ИНТЕРЬЕРА, ДЕКОРА
И ПОДАРКОВ

12.10–15.10

Место проведения: МВЦ

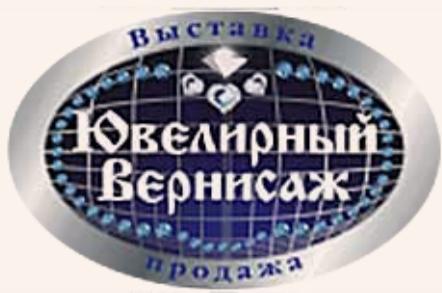
«Крокус Экспо»

**Профиль: дизайн интерьера,
товары для дома, подарки,
сувениры**

НОМИ Russia – эффективное бизнес-мероприятие для привлечения новых клиентов и решения маркетинговых задач. Выставка продолжает лучшие традиции всемирно известной итальянской выставки MACEF, которая ведет свою историю с 1964 года. НОМИ – это новый виток развития MACEF, ставшей одной из самых авторитетных в мире в индустрии lifestyle.

**ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ**





«ЮВЕЛИРНЫЙ ВЕРНИСАЖ В СОКОЛЬНИКАХ»

03.11–07.11

Место проведения:

КВЦ «Сокольники»

**Профиль: ювелирные изделия,
украшения, предметы роско-
ши, подарки, бижутерия**

На выставке традиционно пред-
ставлены украшения из всех ре-
гионов России – от Калинингра-
да, славящегося своим янтарем,
до бриллиантов Якутии. На одной
площадке собрано около ста юве-
лирных компаний, среди которых
как крупные представители юве-
лирной отрасли, так и творческие
мастерские, художники-ювелиры,
лично представляющие свои кол-
лекции.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ





ROBOTICS EXPO-2016
IV МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА РОБОТОТЕХНИКИ
И ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

04.10–06.10

Место проведения:

КВЦ «Сокольники»

**Профиль: робототехника,
промышленные роботы,
персональные роботы
и роботы телеприсутствия,
дроны, бытовые
и образовательные роботы,
3D-печать**

Робототехника и новые технологии стали реальностью: появление 3D-печати, удешевление компонентов, краудфандинг и т.д. Сотни тысяч программистов уже пишут приложения для роботов. Если заняться этим активно прямо сейчас, есть все шансы стать мировым лидером, считают эксперты. Роботы – это сверхтехнологии, которые уже стали реальностью. И с этой реальностью вы сможете познакомиться на специализированной выставке Robotics Expo в Москве.



**ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ**



Впервые такая выставка была проведена осенью 2013 года, моментально завоевав позиции на рынке и став основополагающим звеном в развитии глобальной роботомании в России.





**«ФУД-ШОУ»-2016
Х ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ
ФЕСТИВАЛЬ**

02.12–04.12

**Место проведения:
КВЦ «Сокольники»**

**Профиль: продукты, напитки,
кухня, мебель и текстиль
для кухни, товары народного
потребления, туризм,
украшения для дома**

«Фуд-шоу» – яркий и вкусный фестиваль для всей семьи. Это смесь вкусной еды, феерических развлечений и приятных покупок. Посетителей ждут подарки и развлечения, мастер-классы и дегустации, встречи со звездами гастрономии и шоу-бизнеса. А также ярмарка для тех, кто готовится к новогодним праздникам и ищет подарки для родных и друзей. Тех-

**ТЕМАТИЧЕСКИЕ
РАЗДЕЛЫ**



ника, посуда, текстиль, сувениры, еда и напитки найдутся на любой, даже самый взыскательный вкус. Большая гордость фестиваля – фермерский рынок! Здесь можно будет купить свежие продукты. А как использовать в своем творчестве купленные продукты подскажут маститые шеф-повара, которые будут работать на кулинарных площадках. ■

ДЕЛОВАЯ МОСКВА

«Авилон Плаза» —
бизнес-центр
для тех, кто ценит
престиж, качество
и комфорт

Дворец
для арендаторов

ФОТО: БЦ «АВИЛОН ПЛАЗА»



BIGMOSCOW // ДЕЛОВАЯ МОСКВА // «АВИЛОН ПЛАЗА»



BIGMOSCOW // ДЕЛОВАЯ МОСКВА // «АВИЛОН ПЛАЗА»

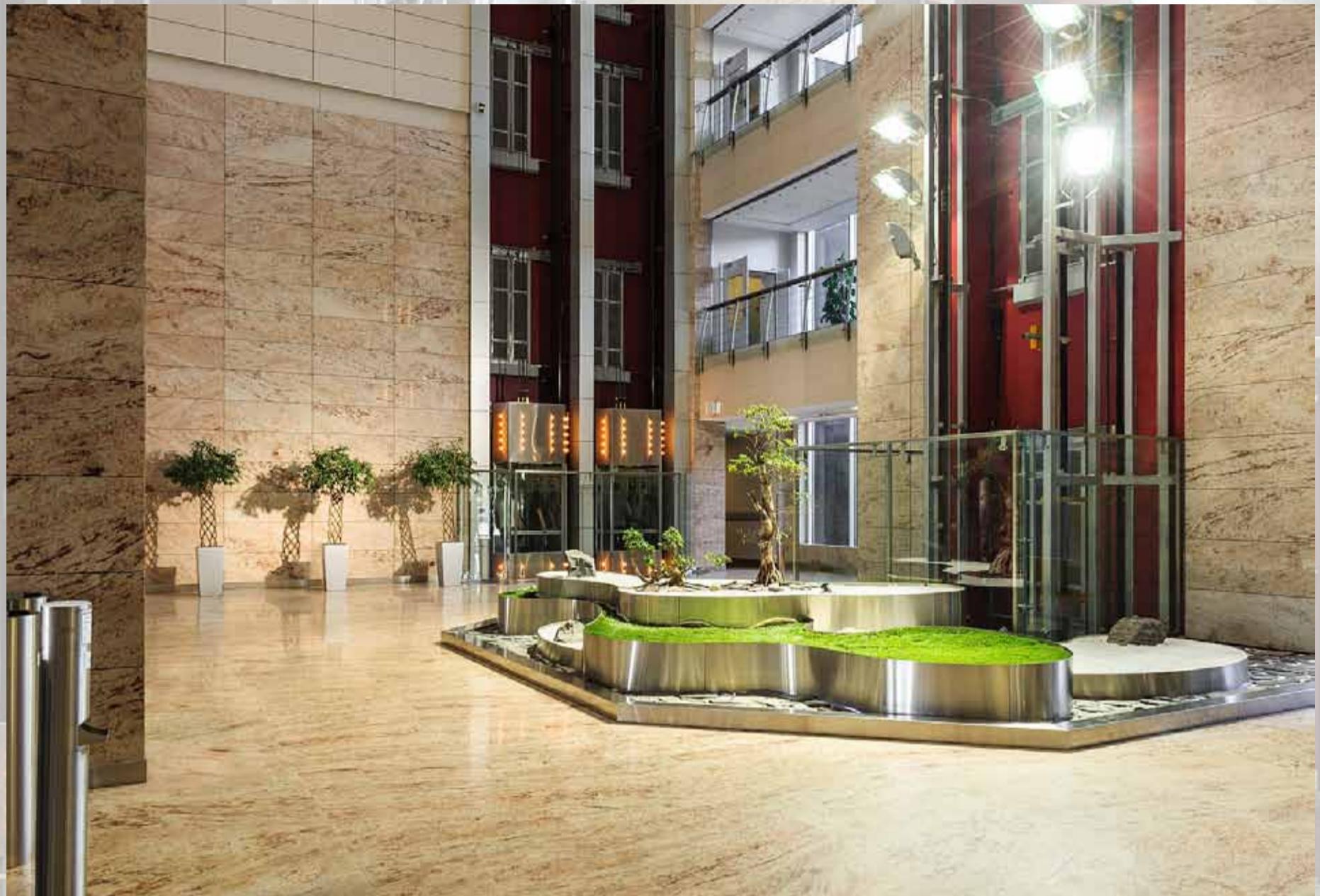




«Авилон Плаза» – бизнес-центр класса А, расположенный в 3-м корпусе дома №43 по Волгоградскому проспекту Москвы, в 7 километрах от Кремля. Этот уникальный комплекс с главным зданием в виде зеркального куба построен в 2008 году.

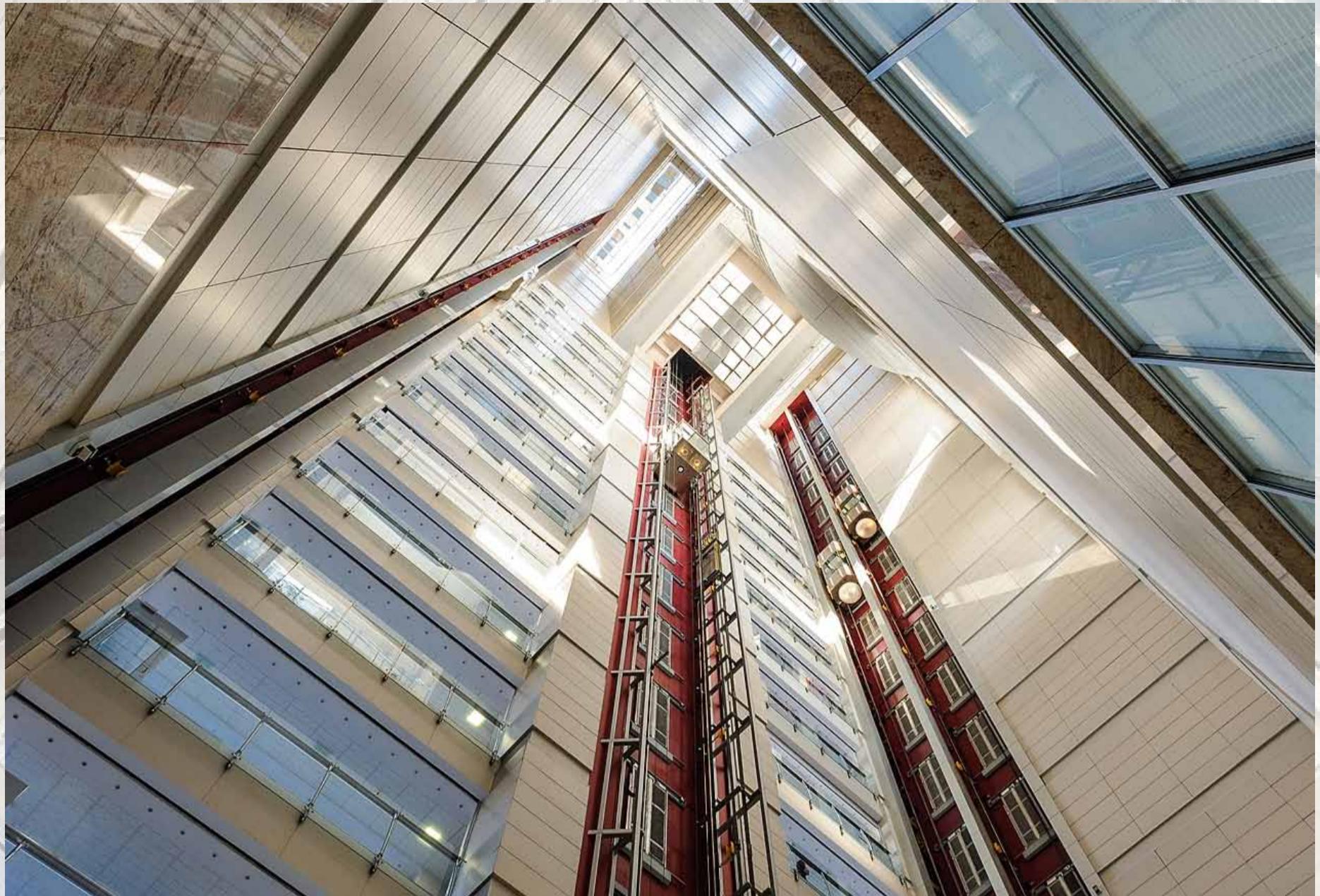
В «Авилон Плаза» 19 надземных этажей и 1 подземный. Транспортная доступность – важнейшее достоинство БЦ «Авилон Плаза». Центр расположен на пересечении Волгоградского проспекта с Третьим транспортным кольцом (ТТК). В непосредственной близости станции московского метро «Волгоградский проспект», «Текстильщики» и «Марксистская».





«Авилон Плаза» – бизнес-центр для арендаторов, це-
нящих престиж, качество и комфорт. В интересах
арендаторов и гостей здесь работают студия красоты
F&K, минимаркет прессы «Хорошие новости», ресто-
ран K-TOWN Korean Kitchen. Недаром этот бизнес-центр
выбрали для своих офисов такие компании, как
Viega, LINDNER, Franke, «Столото» и многие другие.





Центр имеет один из самых высоких атриумов в Москве – 54 м. Каждый офис здесь оборудован самыми современными системами вентиляции, отопления и кондиционирования, управления и безопасности. Имеется 6 скоростных панорамных лифтов люкс-класса LG.





В здании есть одноуровневый подземный паркинг на 183 машиноместа и плюс к нему пятиуровневый наземный паркинг на 440 машиномест. Парковочный коэффициент – 1 машиноместо на 20 кв. м арендуемой площади.



Из окон здания открывается великолепный panoramic вид на столицу. А на крыше в интересах арендаторов и их гостей функционирует вертолетная площадка.



ЖИЗНЬ В МОСКВЕ

Американец **Роберт Янг**
два десятилетия
успешно лечит
москвичей и гостей
столицы России

Для врача главное — пациент

ТЕКСТ: НИКОЛАЙ МИРОШНИК | ФОТО: ФРАНЧЕСКО РОССИНИ



Профессор Янг полностью соответствует своей фамилии (young по-английски – «молодой»). **Какие там 69 лет!** Конечно, в это не верится, когда разговариваешь с этим удивительно общительным и добрым человеком. О своей жизни и работе в столице России **Роберт** рассказывает с искренностью и энтузиазмом, присущими скорее молодому человеку, новоиспеченному врачу, делающему первые успешные шаги в профессии, но не профессору медицины с известным в профессиональных кругах именем и с полувековым стажем работы.

– Как вы стали врачом?

– Я из простой, малообеспеченной семьи: отец был плотником, мать – домохозяйкой. И потерял я их, увы, очень рано – в 19 лет.

Врачом стал, можно сказать, по воле случая: четыре года отучился в Университете Висконсина: изучал биохимию, интересовался генетикой – это все скорее приложение к медицине. Думал заниматься научной работой.

В США, чтобывести медицинские исследования, нужно иметь дело с людьми, с пациентами и поэтому необходимо профильное об-

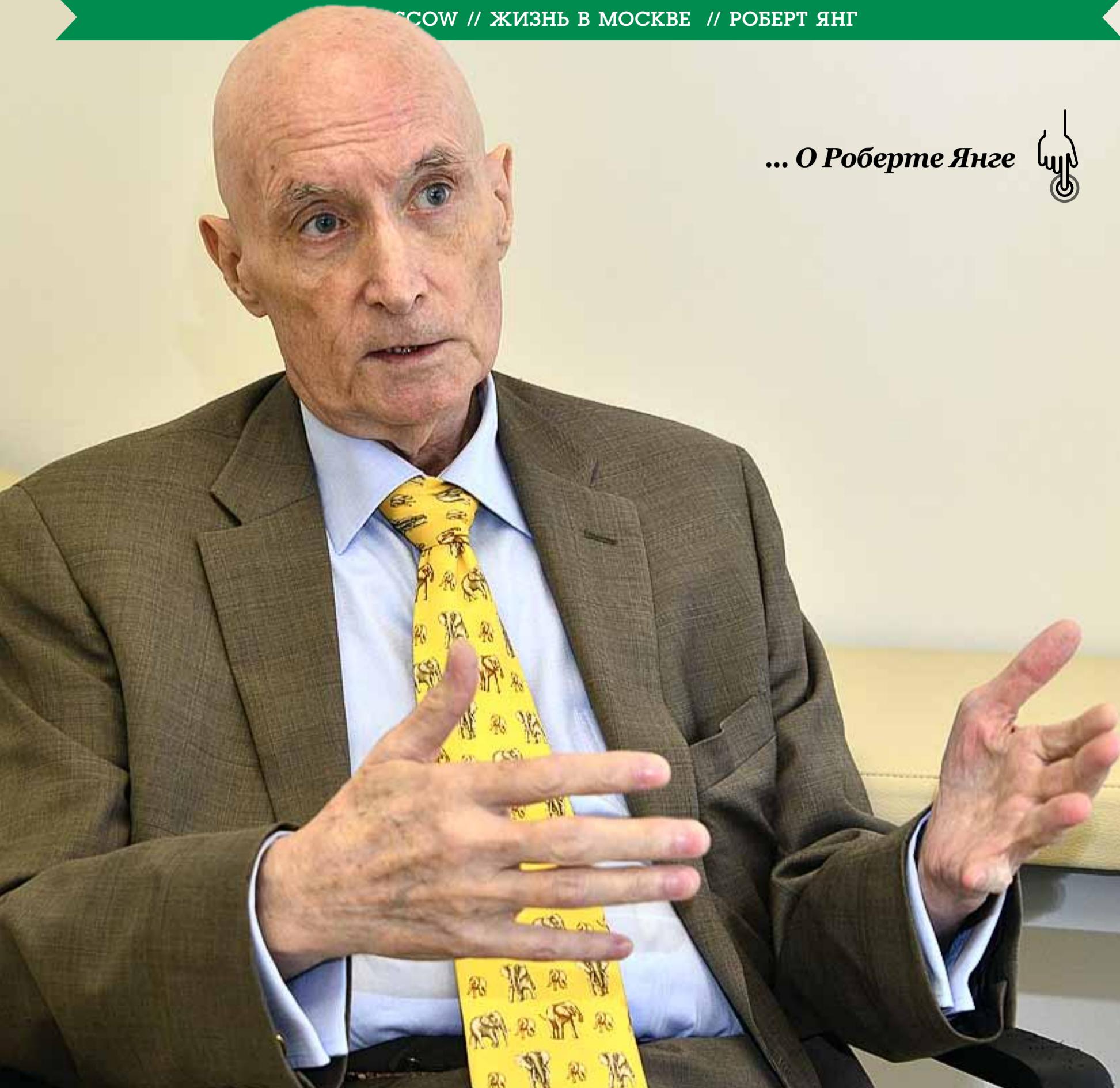
разование. Вот я и стал искать, где можно, продолжив учебу, получить и докторскую степень по биохимии, и диплом по медицине. В Медицинском колледже Университета Иешива в Нью-Йорке была очень прогрессивная по тем временам учебная программа: мы сразу начинали общаться с реальными пациентами.

И это вдруг оказалось для меня самым интересным.

Кончилось тем, что я целиком посвятил себя медицине. Считаю это лучшим решением в своей жизни.

– Потом вы сами много преподавали...





... О Роберте Янге



– Да. Я несколько лет практиковал, в основном в сфере экстренной медицины, неотложной помощи. Это не совсем то, что в России врач «скорой помощи». Это более широкий спектр деятельности. И уж совсем не то, что показывают в популярном американском телесериале «Скорая помощь».

А потом меня пригласили преподавать в Университет штата Кентукки. Там я стал профессором как раз в сфере экстренной помощи. Параллельно занимался педиатрией, семейной медициной.

– **Что такое для вас «семейная медицина»?**



Я живу в очень красивом, по-моему, городе – Москве.

– Это системный подход к медицинскому обслуживанию всей семьи. Семейный врач может проследить генетическую патологию, взаимосвязь между болезнью, образом жизни человека и социальными условиями, обеспечить профилактику развития возможных заболеваний. Это не просто терапевт, который проводит первичное обследование и направляет к специалисту. Он сам должен быть специалистом во многих областях: разбираться в офтальмологии, педиатрии, гинекологии, реаниматологии... Уметь самостоятельно провести обследование своих пациентов в клинике на современной аппаратуре. Он направляет к узкому специалисту только тогда, когда этого требует установленный им диагноз.

– А что привело американского профессора в Москву?

– В 1996 году одна американская медицинская организация,

сотрудничавшая с клиниками в Восточной Европе, предложила мне поехать в Варшаву и поработать там. Несколько раз я бывал в Москве, где у моих работодателей была самая крупная клиника. А через два года меня попросили возглавить здесь врачебную часть. С тех пор я и живу в очень красивом, по-моему, городе – Москве.

– В США российские врачебные дипломы официально не признают. А в России ваш диплом признали?

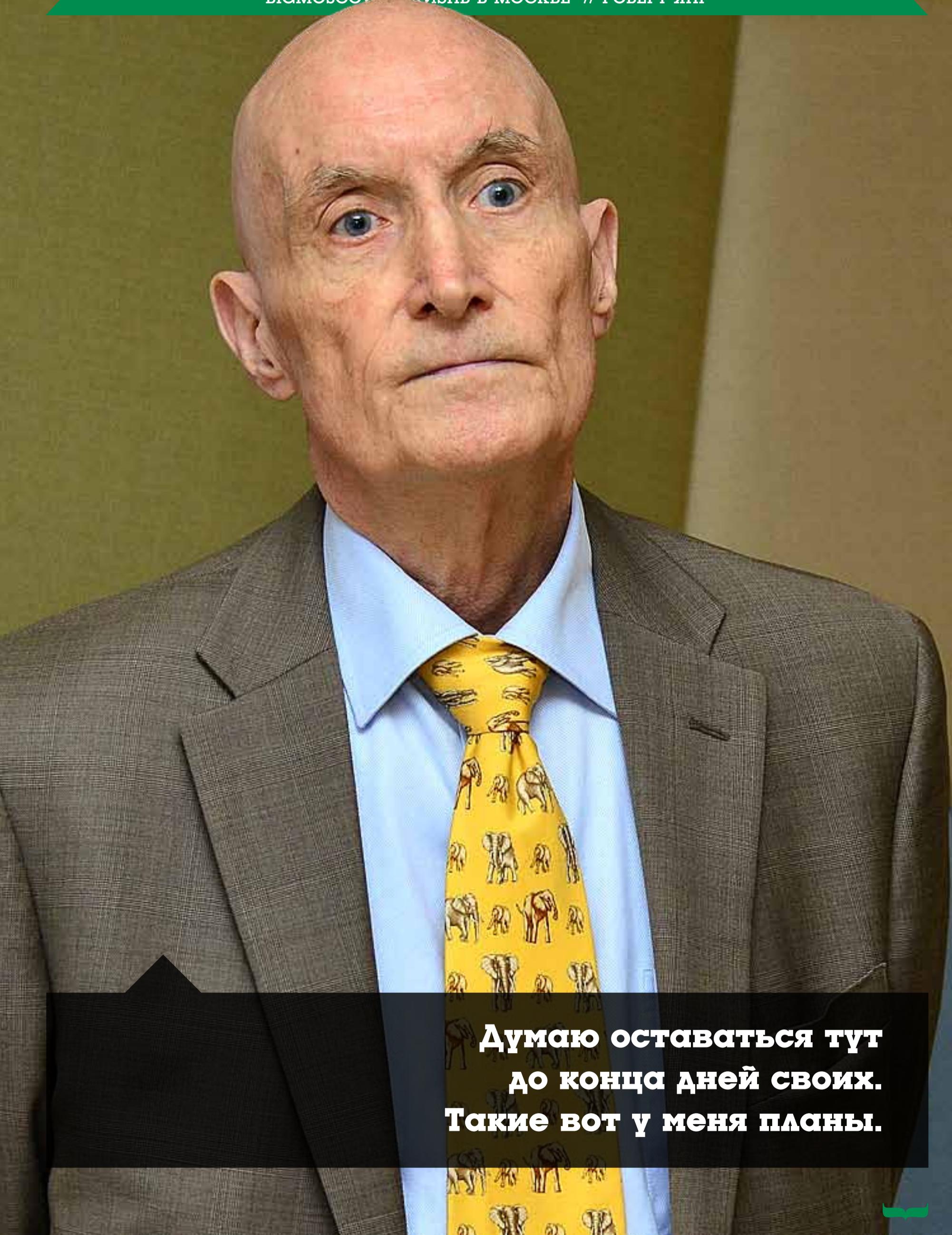
– Надо было сдать экзамены. Правда, не такие серьезные, какие приходится сдавать вашим врачам в Америке.

– И много в России американских врачей?

– Я знаю двух. Россию по происхождению, которая в юности эмигрировала, получила там образование, а теперь снова здесь.

О GMS CLINIC





**Думаю оставаться тут
до конца дней своих.
Такие вот у меня планы.**

А второй – такой же старожил, как и я. Врач из Национального космического агентства США – НАСА. Он уже лет пятнадцать или двадцать работает в Звёздном городке.

– Нескромный вопрос: как относится ваша зарплата в Москве с той, что вы получали в США?

– Здесь она ниже. Но деньги никогда не были для меня решающим фактором.

Я вам скажу, почему уехал из США. Ситуация в медицине изменилась, я уже не мог работать так, как хотел. Не мог проводить столько времени с пациентами, сколько мне нужно, а ведь моя сфера – это работа с пациентом. Моя задача – обеспечить ему лучший уход и лучшее лечение. Были случаи, когда я уходил из клиники, когда там менялись приоритеты и во главу угла уже не ставили заботу о больном.

Скажу больше: место, где я работаю сейчас, пожалуй, первая моя

клиника в Москве, где я полностью чувствую себя как дома. Здесь те же цели, та же философия, что у меня лично. Работа с пациентами, соблюдение стандартов доказательной медицины стоят на первом месте.

– Судя по всему, в Москве вы давно прижились. Наверное, появились и какие-то любимые места?

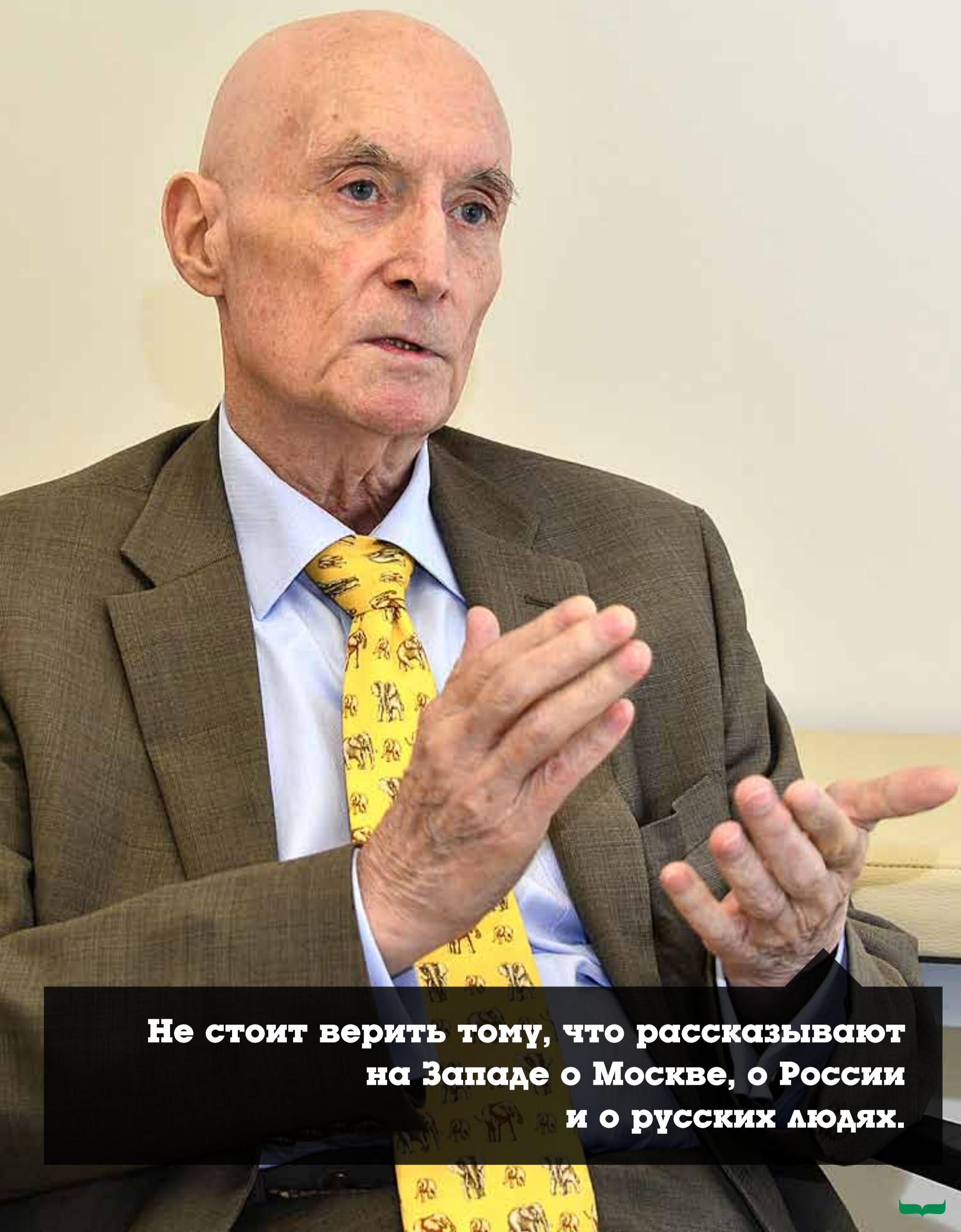
– Да, конечно. Ботанический сад «Аптекарский огород» на Проспекте Мира. Когда-то давно я работал там неподалеку. Там были джунгли, полное запустение, никто не занимался «огородом» много лет. Потом все вычистили, что-то пересадили, посадили новое. Теперь это очень красивое место, я в него просто влюблен.

– Ваше мнение как московского старожила: город сильно изменился за два десятилетия?

– Многое изменилось. Хотя, когда живешь здесь постоянно, это не так заметно. Вспоминаю свой первый приезд... Тогда в Москве было очень

Сегодня тут можно жить нормальной жизнью, особенно если знаешь, как ее обустроить.





**Не стоит верить тому, что рассказывают
на Западе о Москве, о России
и о русских людях.**

тяжело купить нормальные продукты, нормальные вещи. Многое приходилось везти из США, вплоть до зубных щеток. А сегодня тут можно жить нормальной жизнью, особенно если знаешь, как ее обустроить.

– Вы-то наверняка знаете. А что бы вы посоветовали соотечественнику, решившему пойти по вашим стопам и привезать сюда работать?

– Перво-наперво, не стоит верить тому, что рассказывают на Западе о Москве, о России и о русских людях. Большой частью все это не-правда. Надо приезжать с открытым сердцем. Спокойно осмотреться и начать формировать собственное мнение. Сначала, возможно, придется быть немножко самодостаточным, постепенно окружая себя людьми, которые будут тебе помогать. Первое время, может, покажется и тяжело. По моему опыту, обычно хватает месяцев шести, чтобы обосноваться в Москве.

– Вам хватило?

– Я уже в свой первый приезд почувствовал себя в своей тарелке. Москва 90-х напоминала нечто среднее между Диким Западом и Нью-Йорком шестидесятых годов, времен моей молодости. Поначалу была проблема с языком, но люди вокруг щедро уделяли мне времени и внимание, помогали. Я никогда не чувствовал себя потерянным. В Москве я приобрел, пожалуй, лучших друзей за всю свою жизнь.

– Кто же ваши друзья?

– В основном россияне. На день рождения я взял короткий отпуск и уехал туда, где нет интернета. Очень было хорошо! Когда вернулся, узнал, что мне прислали 170 поздравлений, и 95 процентов были от русских друзей. Меня не интересует политическая, геополитическая ситуация, я никогда не чувствовал разницы между русскими и американцами, мы очень похожи.

– Но менталитет, культура все же отличаются...

Чем хороша Москва – можно на выходные слетать в Рим или в Берлин, в Киев. А из США в Европу не налетаешься...



– Конечно, есть различия. Русские, например, намного больше заботятся о своих семьях, очень к ним привязаны. В годы моей молодости у нас тоже еще были сильны семейные связи. Но ситуация изменилась. А в России культура продолжает быть ориентированной на семью. Я считаю, что это прекрасно.

– Слышал, что ваше хобби – история. Какая именно?

– Прежде всего, история медицины. Мне интересно узнавать, по-

во Флориде, у океана. Это было как в раю!

– В отпуск можно съездить на море...

– Я предпочитаю ездить по Европе. Провел тут несколько дней в Лиссабоне и Малаге. Чем хороша Москва – можно на выходные слетать в Рим или в мой любимый Берлин, в Киев, который мне тоже очень нравится. А из США, сами понимаете, в Европу не налетаешься...

Москва, пожалуй, один из самых безопасных городов, в которых я жил.

нимать, как мы пришли к тому, что есть сейчас, кто те люди, что стояли у истоков медицины. Интересует и история моей страны – ее я неплохо изучил, и история России, о которой теперь много читаю. А еще история джаза, дайвинга...

– Даже дайвинга?

– Обожаю дайвинг. Был момент, когда ради дайвинга чуть не бросил медицину. Если в Москве мне чего-то и не хватает, так это моря. Море очень люблю! Несколько лет прожил

– Кстати, на родине часто бываете?

– Бываю. Но мне там скучно. Да, я прожил в США почти полвека. Общаюсь с теми, кто мне дорог. Но не хочу там оставаться. Если бы можно было вернуться в прошлое, я бы приехал сюда раньше.

– А здесь как проводите свободное время?

– Отсыпаюсь. (Смеется.) Встречаюсь с друзьями. Езжу к ним на дачу. Но не люблю быть долго вне кли-



ники. Три-четыре дня – и начинаю нервничать: как там идут дела, надо возвращаться!

– Говорят, Москва – дорогой город для иностранцев...

– Квартиру снимать дороже, чем в Нью-Йорке. Но это зависит от района. У меня правило – жить рядом с клиникой. Семьи нет, я один. Машины тоже нет, за руль не садился

– Самую разнообразную. В том числе русскую. Из блюд русской кухни не люблю, пожалуй, только то, что любят подавать к новогоднему столу – заливную рыбу.

– На ваш взгляд, жить в столице России опасно?

– Москва, пожалуй, один из самых безопасных городов, в которых я жил. Чувствую себя спокойнее, чем,

Я никогда не чувствовал разницы между русскими и американцами, мы очень похожи.

лет двадцать. Зато лишен массы ненужных проблем: парковка, заправка... Когда работал в нашем первом здании клиники в Марьиной Роще, снимал жилье там. Теперь вот здесь, на Смоленской живу, в пяти минутах ходьбы от клиники.

В Москве вполне можно найти места, где хорошо поесть, заняться чем-то интересным. И это будет совсем недорого.

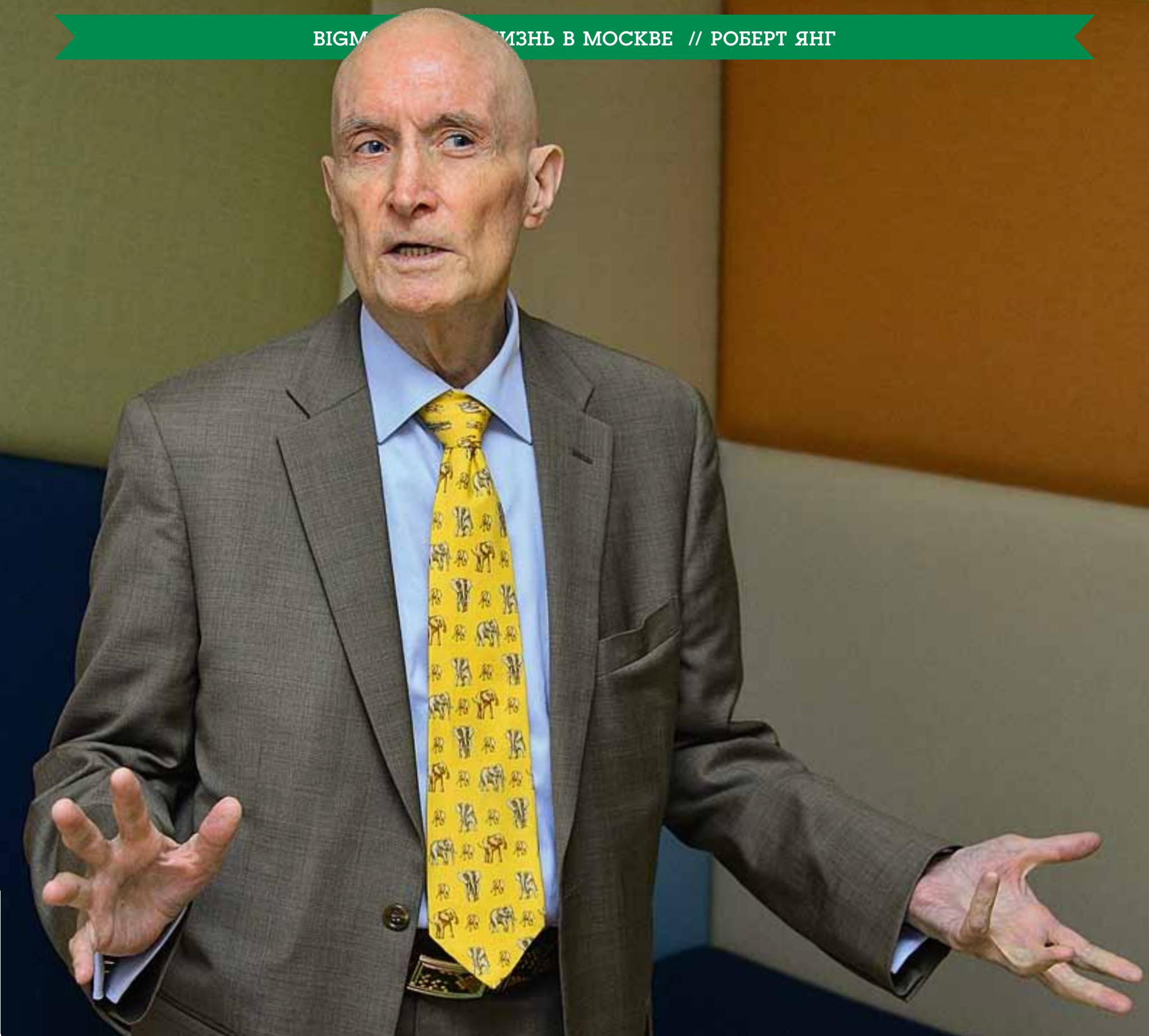
– Раз уж заговорили о еде, какую кухню предпочитает американский профессор в Москве?

скажем, в Нью-Йорке. Не скажу, что в Москве нет преступности. Но на улицах нет стихийного, неспровоцированного насилия, как в Америке. Там на вас неожиданно может напасть незнакомый человек. Кто-то выйдет и начнет стрелять в прохожих – таких случаев немало.

– Считаете себя успешным человеком?

– Считаю. Сделал ли я в жизни все, что мог? Надеюсь, что так. У меня все получилось? Нет сомнений. Делал и делаю все, что в моих силах. У меня и в прошлом были успешные





времена, и сейчас они продолжают-
ся. В общем, я счастливый человек.

**– В планах на будущее Москва
присутствует?**

– Думаю оставаться тут до конца
дней своих. Такие вот у меня планы.

*Прощались мы у выхода из клини-
ки. За стойкой встречали посети-*

*телей улыбчивые девушки. Доктор
Янг лукаво улыбнулся и тихо про-
изнес: «А главного вопроса вы мне
так и не задали. Не спросили, что
мне больше всего нравится в GMS
Clinic». И тут же сам ответил:
«Здесь я всегда окружен красивыми
женщинами!» ■*

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 и немецкую
версии



Ссылка в **Google Play**

на английскую и немецкую
версии