

Business Russian with Aleksei Vorontsov.

Интервью с Алексеем Воронцовым, старшим проект-менеджером компании “Росимпорт”

Вопрос/просьба 1: Здравствуйте! Представьтесь, пожалуйста, и расскажите, пожалуйста, о вашем бизнесе, и что это за бизнес.

Меня зовут Алексей Воронцов. Я работаю старшим проект-менеджером в компании “Росимпорт”, в алкогольной компании российской, в компании, которая преимущественно¹ занимается импортом вина из стран со всего мира и также производством и размещением заказов² на производство внутри России, в частности, водки, коньяка так называемого, то есть бренди, которое у нас в России называется коньяком по-прежнему, и другими напитками алкогольными.

Наша компания очень большая, одна из старейших в Новой России, и в этом году исполняется двадцать лет, и наш этот год юбилейный³. И она расположена во всей России. Головной офис в Москве. В головном офисе работают порядка семисот человек во всех структурах и в целом по стране у нас работает около сорока пяти филиалов⁴, бизнес-единиц, как мы их называем. Во всем большом “Росимпорте” работает больше двух тысяч человек. Также у нас есть филиалы на Украине и Казахстане.

Вопрос 2. Расскажите, пожалуйста, немножко о рынке алкогольной продукции. Я так понимаю, что центральный продукт – это вино.

Да, да, да...

И какая ситуация на этом рынке, если у вас конкуренты, и как вы имеете с ними дело?

Разумеется, конкуренты есть, и без конкуренции нет рынка. Это как бы такие синонимы, одно без другого не существует. Конкуренция, естественно, есть. Конкуренция есть с такими же старейшими компаниями, которые работают на рынке с момента нашей перестройки⁵ и возникновения рыночных отношений.

То есть, вот, нашей компании двадцать лет с девяносто третьего года, и есть еще несколько таких компаний, которые тоже работают давно. Исторически наша компания была лидером рынка, но с очень большим отрывом⁶, то есть у нас где-то было порядка тридцати процентов и больше рынка. У ближайшего нашего

¹ преимущественно – predominantly, mainly

² размещение заказов – placing of orders

³ юбилейный - anniversary

⁴ филиал – branch (office), subsidiary

⁵ перестройка – perestroika, i.e. the policy of economic and governmental reform instituted by Mikhail Gorbachev in the Soviet Union during the mid-1980s

⁶ с большим отрывом – by a landslide

конкуре́нта было́ двадца́ть проце́нтов. То е́сть мы́ были́ такие́, о́чень такие́ большо́е.

Сейча́с до́ли⁷, коне́чно, не такие́ большо́е. Е́сть, наприме́р, вино́ определе́нной страны́ и определе́нной ценово́й катего́рии⁸. Е́сть столо́вое вино́ францу́зское, местное вино, французское или качественное вино́ из определе́нных мест, оно́ так называ́емое вино́, защище́нное географическим наименова́нием, наприме́р, испа́нское. Вот, э́то сегме́нты. Е́сли мы́ в сегме́нте распола́гаем до́лей от семи́ и выше́ проце́нтов, то э́то уже́ о́чень хоро́шо, и э́то о́чень большо́я до́ля.

Е́сли сегме́нт, коне́чно, сам по себе́ большо́й, - те сегме́нты, кото́рые я назва́л, они́, коне́чно, о́чень большо́е, - и там се́мь проце́нтов у нас по не́которым сегме́нтам е́сть. И э́то о́чень хоро́шо, и э́то о́чень мно́го, и мы́ одни́ из лиде́ров в э́тих сегме́нтах. Ра́ньше, я повто́ряю было́ тридцать проце́нтов.

То, что каса́ется отноше́ний ме́жду конкуре́нтами, они́ обы́чно быва́ют на на́шем рынке, мо́жет быть, вопреки́⁹ сложивше́му мнению¹⁰, стереотипу, достато́чно ми́рные и да́же дру́жеские. На са́мом де́ле владе́льцы компа́нии друг дру́га да́вно зна́ют и отно́сятся достато́чно тепло́ и хоро́шо, по-дру́жески, не говоря́ уже́ про со́трудников¹¹. Со́трудники про́сто пере́ходят из компа́нии в компа́нию, и для них э́то всё о́дин большо́й ры́нок. В о́бщем-то, все прекра́сно к друг дру́гу отно́сятся, о́чень ча́сто встреча́емся на ра́зных выста́вках, на ра́зных мероприя́тиях¹². В о́бщем-то, не существу́ет вражде́бности тако́й. То е́сть э́то о́дин тако́й большо́й ви́нный мир.

Вопро́с 3. А в ва́шей компа́нии е́сть иностран́ные со́трудники? Я име́ю ввиду́ со́трудники, кото́рые не явля́ются гра́жданами Росси́и?

У нас нет. У нас хоть и о́чень большо́я компа́ния, но всё-таки, наве́рное, отча́сти как семе́йная, пото́му что у нас со́бственник и основа́тель фи́рмы до сих пор явля́ется гла́вным бо́ссом, явля́ется генера́льным дире́ктором.

И он всем занима́ется, все́ми вопро́сами сам от диза́йна этике́ток¹³ до их ка́чества, како́ю про́бку¹⁴ испо́льзовать и так да́лее, не говоря́ уж про то, что он сам про́бует все ви́на, кото́рые мы́ закупа́ем¹⁵, де́лаем и поста́вляем на ры́нок¹⁶.

⁷ до́ля – portion, share, quota

⁸ ценова́я катего́рия – price tier

⁹ вопреки́ – contrary to

¹⁰ сложившийся - *active past participle of the verb* скла́дывать / сложить – to put together, to make up

¹¹ со́трудник - employee

¹² мероприя́тие - event

¹³ этике́тка - label

¹⁴ про́бка - cork

¹⁵ закупа́ть / закупа́ть – to buy up

¹⁶ поста́влять / поста́вить + на ры́нок – to supply the market

И очень многие люди работают подолгу. То есть тут такого привлечения со стороны как такого нет.

Бывает довольно часто, когда у нас люди, специалисты, работающие в наших компаниях и работающие, естественно, с иностранными поставщиками, с иностранными рынками, они потом оказываются за границей и работают на две страны. Скажем, они могут жить отчасти во Франции, например, у них, там, муж, дом и дети, а работать они могут здесь, приезжают сюда в командировки и так далее. Но именно работников, которые родились за границей, и сюда переехали работать, ну, это для нашей отрасли это такой, очень редкий случай.

Вопрос 4. А вы сами работаете с импортом, занимаетесь закупками за границей?

У нас, собственно, это основная деятельность нашей фирмы – это импорт, и это закупки. Собственно, всё, что связано. У нас доля российских продуктов очень небольшая в нашей фирме, то есть они есть: есть, как я говорил, водка есть, есть бренды или коньяк, как его в России называют, но это всё очень небольшая доля, вряд ли больше трёх процентов. Всё остальное – это иностранное, как крепкие напитки¹⁷, так и вино.

Вина у нас больше структурно, то есть у нас доля вина больше чем в некоторых компаниях других, кто специализируется на крепких напитках, на виски, на текиле, на коньяке и так далее. У нас в основном вино, оно и было изначально, то есть всегда у нас вина было гораздо больше, чем крепких напитков.

Хотя крепкие напитки, так сложилось, более прибыльные¹⁸. Вино менее прибыльно. Там немножко другой рынок. Рынок крепких напитков – больше рынок брендов, то есть там идёт большой маркетинг, большие рекламные бюджеты, и люди покупают бренды. Они их знают, бренды крепких напитков.

По вину немножко всё иначе. Потребители¹⁹ не знают брендов винных, потому что винный мир – это мир, в основном, небольших хозяйств²⁰. А если это индустриальное производство²¹, оно мимикрирует под небольшие хозяйства, потому что так сложилось в сознании человека, что вино – это какой-то замок, а вокруг него виноградники. Вот это вино, а не большие, расположенные на сотнях гектаров, заводы. Как автомобильные заводы, такие винодельческие заводы тоже есть. Рынок вина, он стремится к чему-то раздробленному и маленькому, хотя есть бренды, которые продаются в очень больших объёмах²².

¹⁷ крепкие напитки – hard liquors

¹⁸ прибыльный - profitable

¹⁹ потребитель - consumer

²⁰ хозяйство – enterprise; farm

²¹ производство – production, manufacture

²² в больших объёмах – in bulk

Вопрос 5. Когда вы говорите об импорте вина, какие страны для вас являются центральными, с которыми вы традиционно работаете? Может быть, появились какие-то новые области, которые вы разрабатываете?

Что касается за океаном, в Америке, там своя история, там очень сильный рынок местных вин. Это как и в любой винодельческой стране. В не винодельческой стране есть инвестиции, в том числе иностранные, приезжают специалисты, в том числе французские, делаются посадки лозы²³, которая привезена из Франции. Там занимаются этим очень обстоятельно²⁴, но пока, конечно, этот сегмент и сама доля этого рынка очень небольшая.

Так вот, если возвращаться к России, то лидирует французское вино. По импорту где-то порядка четверть рынка приходится на Францию. Примерно одинаково, примерно по семнадцать процентов – доля у Испании и Италии. И дальше идут уже с достаточно большим отрывом остальные страны, европейские, как Германия, Болгария, наверное, из больших таких винодельческих стран, наверное, и всё. Есть, конечно, и Венгрия, есть Румыния и так далее, и так далее.

Сейчас, вот, возвращается Грузия, которая тоже будет занимать определённую долю, но вряд ли такую же, как до известного кризиса, то есть это будет где-то, наверное, доля два-три процента. Чуть меньше продаётся новосветских вин, то есть среди них лидеры – Чили, конечно. Ну, это где-то порядка 4-5 процентов в доле, и меньше продаётся аргентинских и, наверное, ещё меньше вин из Северной Америки, из Соединённых Штатов Америки – их, я думаю, что будет вряд ли больше двух процентов. Вот примерно такая структура.

В нашей компании сильнее всего представлена Франция. Так исторически сложилось. Доля Италии будет на втором месте.

Вопрос 6. Я не очень много понимаю в вине, но мне просто любопытно, а почему североамериканские вина занимают такую малую долю. Ведь, известно, что калифорнийские вина, например, очень качественные, и кажется, не очень дорогие?

Из-за ценообразования²⁵, из-за логистики, всё-таки это другая часть земли. Очень большое транспортное плечо очень большие затраты²⁶ на перевозку, на транспортировку. Соответственно, деньги замораживаются²⁷.

Те деньги, которые могли обернуться²⁸ за два месяца – цикл оборота денег²⁹ на импорте европейских вин – они могут в два раза больше оборачиваться на импорте

²³ посадка лозы – vine planting

²⁴ обстоятельно - thoroughly

²⁵ ценообразование – formation of prices

²⁶ затраты - expenses

²⁷ замораживаться / заморозиться – to freeze

²⁸ оборачиваться / обернуться – to turn around

²⁹ оборот денег – a cycle of money

американских. Даже дешёвое американское вино в любом случае бывает дороже, чем, например, какое-то европейское испанское.

Это вопрос, на самом деле, очень сложный, потому что существуют всегда любители того или иного вина и той или иной страны. Есть качественное вино североамериканское калифорнийское, которое представлено на нашем рынке, но это очень небольшой процент только для знатоков, только для любителей.

Вопрос 7. Я хотела бы задать вопрос о гендерной структуре в вашей компании.

Да, потребления³⁰?

Потребление тоже было бы интересно. Я хотела спросить о вашей компании. Есть ли какая-то разница в задачах, которые выполняют в вашей компании мужчины и женщины. Есть ли какая-то специфика, есть ли какие-то специфические трудности, с которыми сталкиваются женщины в вашей области?

Что касается потребления, есть паритет в потребительстве, то есть примерно одинаковое количество мужчин и женщин употребляют вино. То есть нет такого, что мужчины пьют больше крепкие напитки, женщины больше пьют не такие крепкие напитки, к которым относятся как раз вино. На самом деле, примерно одинаково.

И среди винных экспертов в России винных журналистов, тренеров, которые обучают вино в компаниях... то есть те люди, которые действительно являются энтузиастами вина, которые, пришли по зову сердца³¹, как говорится, не просто они случайно оказались в этой отрасли³² – примерно одинаковое количество и мужчин, и женщин.

Одинаково они могут быть успешными или не такими успешными. В принципе, такого предпочтения, когда выбирают работников мужчину или женщину, наверное, нет. Просто зависит от того, какой специалист.

В нашей компании примерно то же самое, даже нет ощущения³³, что больше женщин. И, вообще, женщины в виноторговых компаниях занимают всегда очень заметную позицию, ключевые должности³⁴. И это никого не смущает, потому что они бывают хорошими специалистами и обладают, очевидно, нужным набором качеств. Мужчины - люди, наверное, более увлекающиеся, а там всё-таки профессиональная деятельность, профессиональные дегустации³⁵, приёмы³⁶,

³⁰ потребление - consumption

³¹ зов сердца – dictate of heart

³² отрасль – *fem.* branch

³³ ощущение – feeling, sensation

³⁴ ключевая должность – key post

³⁵ дегустация - tasting

³⁶ приём - reception

связанные с дегустациями и с обсуждением вин. Они располагают к релаксации и потере контроля.

Женщины, на самом деле, гораздо реже в этом смысле теряют контроль. Они, с одной стороны, могут вести себя, как от них ждут, то есть они могут быть веселыми, расслабленными внешне, но контроля не теряют. И это очень важное качество. То есть они более основательны³⁷, они работают долго в компании, добиваются больших успехов, и поэтому они оказываются на более высоких должностях, чем мужчины.

Вопрос 8. У меня последний, наверное, вопрос. Какой бы вы совет могли дать негражданину России, если бы он хотел начать делать бизнес здесь?

Я сейчас вспомнил на самом деле, у нас есть в винном сообществе московском, персонаж³⁸ один интересный, выпускник Йельского университета, который здесь каким-то образом оказался. Чем он тут занимается, не знаю. По слухам, он преподаёт английский язык частным образом, достаточно высокопоставленно³⁹, насколько я понимаю, и высокооплачиваемо⁴⁰.

И он очень увлёкся именно здесь почему-то в России вином. И он был на всех винных мероприятиях, тусовках⁴¹, дегустациях, то есть его можно было встретить повсюду. Все его знали. Он такой персонаж, который постоянно присутствовал. Он такой очень оптимистично настроенный, постоянно смеётся, позитивный такой товарищ.

Месяц назад я его уже увидел в одном из центральных журналов виноторговых России. Он там был, там было тестирование вин португальских, и среди группы тестирующих экспертов он был представлен как винный консультант. Хотя он не работал в виноторговых компаниях. То есть он просто энтузиаст, но он постепенно стал человеком, который входит в винный бизнес. Если он винный консультант, значит, он пытается зарабатывать деньги. Он ведёт свою страничку на фейсбуке, где он тоже в основном выступает, не как носитель английского языка (что было бы, так сказать понятнее для его профессии) или учитель или преподаватель английского языка, а именно как человек, который разбирается в вине, винный консультант.

Что касается бизнеса вообще и возможности бизнеса в России, мне кажется, что в России возможностей для бизнеса гораздо больше чем в Европе. Очень много возможностей, очень много изменений постоянно, к которым нужно приспосабливаться⁴², и, соответственно, кто-то теряет, кто-то находит.

³⁷ основательный – solid, profound

³⁸ персонаж - character

³⁹ высокопоставленный – high-ranking

⁴⁰ высокооплачиваемый – well-paid

⁴¹ тусовка – party, scene

⁴² приспосабливаться / приспособиться – to adapt, to adjust

Я сейчас говорю про винный бизнес, даже не говорю про весь бизнес, где, разумеется, примерно то же самое, и, может быть, ещё рынок менее развитый.

Винный рынок в России всё-таки достаточно устоявшийся⁴³, тем более что его уже делают двадцать лет фирмы как наша, которые уже, наверное, ничем не отличаются от обычной западной компании. Но всегда можно найти что-нибудь интересное, всегда можно что-то сделать.

Сейчас очень много возможностей в области медиа маркетинга. В России пока это только экзотика. Там очень большая ниша. То есть это у нас как-то не развивается тут, то, что уже сейчас отгремело⁴⁴ во всяких Америках и перешло на какой-то другой уровень, популярные люди, ведущие видеоблоги, и так далее и так далее. Сейчас уже они отошли.

Есть в Америке такой известный человек Гарри Вейнарчук (как слышно из фамилии он, на самом деле, из Белоруссии, эмигрант из Белоруссии из еврейской семьи, которая переехала, когда Гарри было три года), он стал самым популярным американским видеоблогером винным. И он, сняв, насколько я знаю, тысячный эпизод, он каждый будний день снимал, по пять передач в неделю по полчаса, тестировал и делился. Специальное такое шоу, тоже очень смешное. Он закончил сейчас с этим, он уже занимается более серьёзными вещами.

А в России это ещё считается интересно, привлекательно, что ты видеоблогишь, общение такое. Поэтому, в этой области не в собственно винной, а именно то, что вокруг вина, на самом деле, очень много возможностей. И, вообще, я думаю, что не для крупного какого-то бизнеса, а вот для такого бизнеса, который собственно занимается сервисом, не собственно обеспечением⁴⁵ и поставками⁴⁶ такими массируемыми на рынок, а именно сервисом, очень много возможностей. Потому что с сервисом у нас было всегда в России гораздо хуже, чем в остальном другом мире. Она только догоняет⁴⁷ остальной мир.

Вопрос 9. Ещё один вопрос добавлю: а трудности есть какие-то специфические для России?

Специфические трудности. Главная специфическая трудность для России то, что она догоняет, и она пытается выстраивать законодательство⁴⁸ и, вообще, как-то ровняться на регулирование других стран, собирать мировой опыт и пытаться как-то всё это привести в нормальное русло⁴⁹, в то русло, по которому текут алкогольные реки в других странах.

⁴³ устоявшийся - *active past participle of the verb устояться* – to settle

⁴⁴ греметь / отгреметь – to thunder; be popular / to become silent; to become common

⁴⁵ обеспечение - provision

⁴⁶ поставка – delivery, supply

⁴⁷ догонять / догнать – to catch up

⁴⁸ законодательство - legislation

⁴⁹ русло – channel, course

Так вот это делается с российской старательностью⁵⁰, в которой выражается, что можно чуть ли не каждый год что-то менять, улучшать. А всякое улучшение приводит к тому, что устоявшийся порядок, он нарушается, и приходится заниматься теми изменениями, которые на жизни простого потребителя никак не отразятся⁵¹. Дополнительная информация, дополнительные ограничения⁵², от которых простой потребитель, конечный потребитель в магазине, ничего не выигрывает, и к этим изменениям нужно всегда приспосабливаться.

Вот это вот главное, и они бывают крупные, бывают обязательно раз в два года, а те, которые поменьше, каждый год. Вот это, наверное, главная особенность, которая отличает Россию, и тормозит немножко бизнес.

Спасибо огромное за такое интересное интервью.

Спасибо за вопросы. Пейте вино, наслаждайтесь вином, и обязательно приезжайте в Россию, и занимайтесь бизнесом, не только винным.

Вопросы:

1. Расскажите, в какой компании работает Алексей. Чем занимается компания, и какое место занимает на российском рынке?
2. Расскажите, какие отношения существуют между сотрудниками и конкурентами компании. Имеет ли компания иностранных сотрудников?
3. Что рассказал Алексей о продукции своей компании и об импорте из других стран? С какими странами компания развивает активные отношения? Почему? Какие страны слабо представлены в бизнесе Алексея? Почему?
4. Существует ли разница в положении женщин и мужчин в компании Алексея? Как она проявляется?
5. Какие советы дал Алексей иностранным предпринимателям? Возможно ли иностранцу, приехавшему в Россию, найти работу в винном бизнесе?
6. Какие трудности существуют в России для ведения бизнеса? Какие сферы наиболее открыты для развития? Приведите примеры.
7. Если бы у Вас была возможность начать алкогольный бизнес в России, Вы бы согласились? Почему? Какие вопросы Вы бы задали Алексею, если бы Вы встретились с ним лично?

⁵⁰ старательность - diligence

⁵¹ отражаться / отразиться – to affect

⁵² ограничение – limitation, restriction