**Анна Гвоздарева: «Все нестандартные решения приходят из Европы»**

2014-11-20 12:09:43[](http://novostimb.ru/wp-content/uploads/2014/11/Anna-Gvozdareva.jpg)

Она – создатель арт-лаборатории AnG, авторской арт-студии, специализирующейся на росписи стен и декоре, впервые задумалась о своём деле в 2011 году во время учебы в Швеции, в городе Мариэстад. Тогда в течение одного месяца команда художников, дизайнеров, архитекторов, фотографов и режиссеров из разных стран мира занималась созданием бренда города в рамках проекта «Shaping the City».

Набравшись опыта, Анна принялась преобразовывать свое хобби в бизнес. За последние три года она приняла участие в благотворительном проекте «Добрый дом», была организатором стрит-арт фестиваля «SprayDay», участвовала в реставрации Морского Никольского собора в Кронштадте и стала финалисткой Всероссийского конкурса креативных индустрий «CCB». Сегодня студия Гвоздаревой ежедневно проводит мастер-классы по живописи, дизайну и декору, а также является партнером международной выставки Design&Decor, Недели Дизайна(Design Week SPb) и выставки Design Week Expo в Санкт-Петербурге. Мы пообщались с Анной и узнали, как проходят занятия в её студии, чем она отличается от других подобных арт-школ, и почему открывать свое дело можно только набравшись опыта.

**– Анна, чем занимается ваша студия дизайна AnG?**  
– Мы реализуем разнообразные проекты по классической росписи, аэрографии, граффити и стрит-арту как в интерьерах, так и на фасадах зданий. С этого лета студия запустила направление по изготовлению дизайнерских ламп и светильников, а так же декору и росписи мебели. Еще одна сфера деятельности – изготовление эксклюзивных елочных шаров к Новому году.  
Изначально я собиралась строить карьеру в какой-нибудь большой фирме. Несколько лет работала в разных компаниях на должности менеджера по рекламе и развитию. С каждым новым проектом я набиралась все больше опыта, хотелось чего-то более глобального. И вот однажды меня посетила мысль, почему вкладываю все свои силы и идеи в развитие чужого бизнеса, когда могла бы с тем же самым успехов заниматься своим собственным? В то время я выполняла некоторые небольшие заказы по росписи в свободное от работы время для собственного удовольствия. Но в какой-то момент хобби стало приносить равнозначный доход, как и на основной работе, и это стало отправной точкой для открытия студии.

**– Что отличает вашу арт-лабораторию от других подобных студий и проектов в вашем городе?**  
– Конкуренция на рынке достаточно большая, много индивидуальных художников и студий, которые предлагают аналогичные услуги. Но тут есть две особенности.  
Во-первых, мы, конечно же, работаем над собственной уникальностью. Если говорить об оформлении стен, то большинство предлагает классическую роспись кистями, что очень долго и дорого. Мы же вышли на профессиональный рынок дизайна интерьеров с граффити и аэрографией, что достаточно дерзко, но привлекательно для заказчиков.  
Во-вторых, я все-таки предпочитаю видеть в других не конкурентов и соперников, а партнеров, с которыми можно реализовывать совместные масштабные проекты.  
 **– Вы много работали за границей. Это отразилось на концепции вашей арт-студии и вашем видении?**  
– Мы сумели перенять и соединить опыт и традиции европейского современного искусства и американского стрит-арта. Именно это делает все наши работы уникальными и не похожими на другие. Сегодняшний российский рынок дизайна и декора интерьеров весьма консервативен. В доказательство этому ситуация на главных тематических выставках Москвы и Петербурга. Все крутится вокруг мебели, аксессуаров, освещения и использования базовых цветовых решений. Но практически единицы работают с самим пространством и стенами как таковыми.  
В большинстве случаев у нас все сводится к украшательству. Придумывается очень мало нового. Все нестандартные решения и тенденции приходят сейчас из Европы и США. К слову, именно оттуда пришел столь полюбившийся сейчас всеми в России неформальный стиль «лофт». В Европе и США широко развита андеграундная культура, граффити и стрит арт являются полноценными направлениями современного искусства, в то время как в России в большинстве случаев считаются за вандализм.

**– Сейчас вы больше управленец или как и раньше занимаетесь непосредственным созданием дизайн-проектов?**  
– На данный момент я совмещаю два этих направления 50/50, но в ближайшее время планирую стать больше управленцем.  
Хочется верить, что через 10 лет студия будет иметь свои представительства в разных регионах России, и даже в Европе. Я уверена, что мы запустим множество дополнительных направлений, оказывая полноценный спектр услуг. Каких – пока раскрывать не буду, пусть останется секретом.

**– Проблема большинства молодых людей в наши дни – работа не по специальности. Вам посчастливилось работать по профессии?**  
– И да, и нет. Образование я начала получать по специальности «Международные отношения: регионоведение», но уже на втором курсе, поняла, что мне намного ближе сфера рекламы, коммуникаций и маркетинга, поэтому стала самостоятельно заниматься в данных направлениях. Тем не менее, институт дал мне отличные управленческие навыки, что позволяет теперь контролировать процессы и четко планировать новые проекты, сохраняя при этом творческий подход и мышление.  
После вуза я дополнительно получила степень магистра по специальности «Внешнеэкономическая деятельность». Так же закончила разнообразные курсы по декору, росписи, аэрографии, стажировалась в Швеции в Воландской школе искусств при Гетеборгском универитете. Сейчас прохожу обучение в школе интегрированных коммуникаций ИКРА, где изучаю рекламу, арт-дирекшн, стратегию, продюссирование и маркетинг в сфере Digital.

**– Участвовали ли вы в программах поддержки предпринимательства?**  
– Мой бизнес развивался постепенно по пути фриланса, и я даже не сразу заметила, как он стал стабильным и прибыльным. Не участвовала в программах поддержки предпринимательства, просто потому, что для этого требуется уделить время заполнению документов и некоторым формальным моментам. А когда ты всецело поглощен какой-либо творческой идеей, становится просто не до этого. Но может быть в будущем.

**– По-вашему мнению, почему малый бизнес в наши дни получает такую маленькую поддержку от государства? Ведь существует множество программ. Дело в том, что государство слабо их рекламирует или процесс реализации кажется трудным для молодых предпринимателей?**  
– Мало кто знает о программах. При этом для участия требуется большое количество разнообразных бумаг, а далеко не у всех есть время и желание сидеть часами перед компьютером и прописывать абстрактные планы и стратегии. Сегодня намного проще и результативнее обратиться к бизнес-консультантам или друзьям с реальным опытом открытия бизнеса за помощью и советом, чем потом заморачиваться с отчетами для государственных структур.

**– Санкции и постепенный обвал рубля как-то сказываются на вашем бизнесе?**  
– На данный момент никаких сложностей не возникало. Плюсом является и то, что мы используем большое количество высококачественных материалов российского производства для своей работы, в то время как все европейские аналоги баснословно дорожают. Мы так же самостоятельно изготавливаем все элементы декора и светильники, что, опять-таки, делает нас более привлекательными для заказчиков относительно конкурентов.

**– Над открытием своего бизнеса некоторые люди порой думают годами. Что, по-вашему, должно помочь человеку собраться с силами?**  
– Может быть, многие закоренелые бизнесмены со мной не согласятся, и скажут, что это далеко не главное, но я считаю, что самое важное – это вера в свою идею и в свои силы. Как показывает практика, как только ты начинаешь двигаться в новом нестандартном направление, все окружающие тебя люди, особенно близкие, начинают высказывать критику и всячески тебя останавливать. В такие моменты очень легко разочароваться и сдаться, так ничего и не изменив в своей жизни. Только вера и уверенность в том, что, не смотря ни на что, ты добьешься успеха, помогают идти к цели и реализовывать задуманное.

**– От каких ошибок вы могли бы предостеречь тех, кто только собирается делать первые шаги в бизнесе?**  
– Прежде чем браться за открытие своего дела, поработайте несколько месяцев в компании, занимающейся подобной деятельность. Необходимо четко изучить структуру компании, особенности ниши, схему бизнес-процессов. И только получив реальный опыт, беритесь за свою идею. Это позволит минимизировать ошибки и ускорить процесс становления вашего бизнеса.

**Беседовала Мария АНДРЕЕВА, Санкт-Петербургский социально-экономический институт, специально для «Новостей малого бизнеса», фото с сайта http://www.sobaka.ru**

**Тимур Лайшев: «Новая ниша – это всегда прорыв»**

2014-10-27 12:20:33[](http://novostimb.ru/wp-content/uploads/2014/10/Timur.jpg)

В октября 2011 года громко заявил о себе проект «Киночь». Это мероприятие для любителей кино, готовых наслаждаться новинками проката сутками напролет. С тех пор «Киночь» состоялась в 13 городах России, а команда организаторов выросла до сорока сотрудников. В интервью «Новостям малого бизнеса» Тимур Лайшев рассказал о новом проекте «Фестнауки», своих планах на будущее, о том, почему так важно задавать себе вопросы.

**– Тимур, давайте вернемся на три года назад. Как родился ваш необычный проект, и почему была выбрана тогда именно развлекательная сфера деятельности?**  
– Бизнес не всегда начинается с выбора сферы деятельности. Зачастую всё начинается с того, что ты видишь бизнес-возможность. Ко мне обратились за советом относительно того, как повысить привлекательность киносеансов среди студентов. Тогда в моей голове родилась идея мероприятия, которое будет востребовано молодыми активными людьми.  
Я собрал небольшую команду единомышленников – всего четыре человека – и мы сразу приступили к делу. Начали с организации киновечеринки для студентов. На подготовку отвели три недели. Когда есть идея, одно из самых важных правил – не откладывать с ее реализацией! Мероприятие прошло интересно: помимо просмотра фильмов мы предлагали культурную программу – конкурсы, игротеку, выступления молодых исполнителей в перерывах. Так появилась «Киночь». Впоследствии развили этот формат в сеть мероприятий по всей России.

**– Как быстро «Киночь» начала окупаться?**  
– Экономическая целесообразность этого бизнеса стала очевидной с первого мероприятия.

**– Развлекательная сфера наводнена различными предложения, но ваш проект попал в цель – такого раньше не было. Сейчас вы проводите ночи кино несколько раз в месяц. А каким будет проект через пять лет? Не опасаетесь, что он угаснет?**  
– Проект уже прошел первую стадию «взрывного роста», но до периода спада ему еще далеко. Сейчас «Киночь» – продукт, понятный большинству целевой аудитории, и на него есть стабильный спрос. Конечно, он постепенно эволюционирует: пробуем новые форматы, создаем иные развлекательные зоны внутри мероприятия.

**– Сегодня в стране не самая благоприятная экономическая ситуация, вы уже выстроили стратегию развития бизнеса в предкризисный период?**  
– Небольшой размер нашей компании позволяет гибко реагировать на внешние факторы. Более того наша сфера деятельности расширяется, а это дает новые возможности. Сейчас мы стараемся работать на стыке нескольких отраслей (образовательной и развлекательной), занимаем свободную нишу. В такой ситуации общая экономическая ситуация не оказывает значимого негативного эффекта. Кроме того, я думаю, что надо думать больше об эффективности собственной работы и меньше о тех факторах, которые напрямую от тебя не зависят.

**– Расскажите об этих «стыках»?**  
– В данный момент меня вдохновляет проект «ФестНауки» – фестиваля интерактивной науки для школьников. В первый раз мы опробовали данный формат в Москве, а сейчас активно работаем над его воплощением в Петербурге. Цель проекта – показать школьникам, что наука – это не только сложные формулы и правила, но и огромный мир интересного и увлекательного.  
Фестиваль будет организован так, чтобы ребята смогли почувствовать себя исследователями: самостоятельно сконструировать своих роботов, принять участие в настоящих экспериментах по химии и физике. Фестиваль пройдет как раз перед школьными каникулами.

**– Сфера образования привлекательна для государственных инвестиций. Участвовали ли вы в программах поддержки предпринимательства?**  
– Нет, не участвовал. Объясняю это сам себе несколькими причинами. Во-первых, мы мало уделяли внимания изучению подобных программ и поэтому не знаем, подошли бы они нам или нет. Во-вторых, наши проекты не требуют первоначальных вложений. Мы занимаемся организацией мероприятий и фестивалей, а в этой сфере на первых порах можно обходиться небольшими ресурсами. Тем не менее, мы также проводим ряд социально значимых культурных и образовательных событий, которым, как мне кажется, государственная поддержка могла бы принести ощутимую пользу.

**– Продолжая тему образования, как вы считаете каким оно должно быть у профессионального предпринимателя?**  
– Например, у меня два высших образования. Первое: инженер-физик (МИФИ), второе: международные экономические отношения (МГИМО). Я очень благодарен моим преподавателям в обоих вузах. Они научили меня думать головой и смотреть на вещи последовательно и вглубь и вширь. Сейчас это очень помогает.  
Я твердо убежден в том, что качественное образование, не важно, гуманитарное или техническое, служит хорошим подспорьем для предпринимателя. Под качеством я подразумеваю, стимулирование мозговой активности у студента. Занятие бизнесом – это очень хорошая школа. Те, кто пробовал или пробует заняться своим делом, подтвердят эти слова.

**– Расскажите тогда о ваших профессиональных стремлениях.**  
– Предприниматель должен иметь сильно выраженную потребность к воплощению собственных задумок. Кроме того, он должен уметь в любых условиях стимулировать к работе себя и своих коллег. Смысл в том, чтобы верить в важность вашей деятельности. Сейчас для меня важно дать детям возможность увидеть красоту и привлекательность мира науки. Я транслирую эту мысль своим сотрудникам и сам от нее заряжаюсь. Это очень помогает в работе.

**– Как вы считаете: молодому предпринимателю тяжело найти свою нишу в российском бизнесе или в стране для этого есть все благоприятные условия?**  
– Молодому предпринимателю сложно найти свою нишу, но это абсолютно нормально. Новая ниша это всегда небольшой прорыв. Чтобы осуществить прорыв, нужен внутренний потенциал, выраженный совокупностью новых идей, трудовой эффективности и дерзости, а он есть не у всех.  
Что же касается условий ведения бизнеса, тут может быть только моя личная оценка. Я считаю, что молодым предпринимателям заниматься бизнесом в России возможно. И даже не просто заниматься, но и заниматься успешно. Знаю много примеров успешного бизнеса у молодых предпринимателей.  
И все же в России условия для занятия малым бизнесом далеки от тех, которые бы стимулировали предпринимательскую активность. Не вдаваясь в подробности, назову две, по моему мнению, основные: высокое налоговое бремя на начальном этапе и жесткие условия кредитования.

**– Предположим у человека есть небольшой капитал и огромное желание воплотить свои идеи в жизнь, но он боится провала. Что вы посоветуете тем, кто не уверен в себе?**  
– Есть идея – идите, расскажите своему товарищу. Если ему не понравится, расскажите другому. Обязательно найдется тот, кто оценит. Вот у вас уже есть поддержка! Теперь попробуйте реализовать то, что придумали. Если получилось – отлично, а если нет, доработайте идею и начните сначала. Скорее всего, она понравится уже большему количеству людей. Постоянно задавайте себе вопросы. Когда задаешь себе вопросы, уходят сомнения и появляется страсть.

**Беседовала Мария Андреева, Санкт-Петербургский социально-экономический институт, специально для «Новостей малого бизнеса»**