

Искусство побеждать

Гость рубрики - Кирилл Владимирович Палман, руководитель нашего медиа-проекта «Каталог Индустрии Развлечений», который стал победителем смотра-конкурса «Хрустальное Колесо» 2011 г. в номинации «Человек года в индустрии развлечений».



- Кирилл Владимирович, что бы Вы сами хотели рассказать о себе?

- В одном коротком интервью толком ничего рассказать не удастся. Поэтому вы не волнуйтесь, мы с вами, немного слукавим. У меня в запасе есть еще одно интервью, ранее публиковавшееся, но не потерявшее своей актуальности по сей день. Ведь неразумно - пересказывать одни и те же события? Вдруг ошибешься, и тебя же обвинят во лжи. Итак начнем сначала, а дальше - как пойдет.

- Где Вы родились, и как прошло Ваше детство?

- Родился я в Ленинграде. Жил с родителями в коммуналке, в одном районе с Медведевым. Летом отдыхал на даче, в одном районе с Путиным, или у бабушки в деревне в Новгородской области.

- Кто из людей оказал влияние на выбор вашей профессии?

- Жизненная позиция человека закладывается в детстве. Когда я вспоминаю людей, которые встречались на моем жизненном пути, образ этих людей обычно ассоциируется с какими-то их словами или поступками.

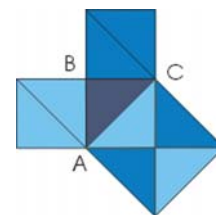
Многие люди заложили основу в выборе моей профессии, но как писал Тютчев: «Нам не дано предугадать, Как слово наше отзовется...». И тем более невозможно предугадать, в какой момент это слово укажет нужный путь в жизни ребенка.

Моя классная руководительница в школе, Анна Андреевна, была преподавательницей русского языка и литературы. Вероятно, благодаря ей я проникся глубоким уважением и любовью к родному языку. И несмотря на то, что пишу с ошибками, ее педагогические усилия пошли мне на пользу. Она часто цитировала слова Державина, обращаясь не только ко мне: «Осёл останется ослом / Хотя осыпь его звездами / Где должно действовать умом / Он только хлопает ушами!».

Ослом быть не хотелось, поэтому пробелы в знаниях я компенсировал изготовлением школьных наглядных пособий, за которые тоже ставили оценки.

Например, в одной книге я прочитал доказательство теоремы Пифагора, открытое в Индии за 2000 лет до рождения Пифагора. Это так называемое простейшее доказательство, жаль, что детям его не преподают.

Достаточно вырезать из бумаги 2 одинаковых квадрата и разрезать их



по диагонали, а потом сложить из них один большой. И вот наглядно видно, что сумма квадратов катетов равна квадрату гипотенузы.

Получив стартовый пакет знаний, я довольно посредственно окончил 8 классов. От карьеры археолога пришлось отказаться потому, что из-за тройки по русскому не то что в университет, но и в 9 класс не брали.

- Почему археологом?

- Я с самого рождения каждое лето проводил в Белоострове. Это поселок под Петербургом, где раньше проходила российско-финская граница. В период «зимней войны» в этом районе состоялись ожесточенные бои. А в том месте, где стоит наша дача, находилась пограничная застава. Поэтому сколько себя помню, я постоянно что-то военное откапывал по всему поселку.

- Нашли что-нибудь выдающееся?

- Пожалуй, нет. Попадались каски, патроны, проржавевшие стволы от винтовок, только один раз нашел красивый, почти новый снаряд от зенитной пушки.



Палман Кирилл Владимирович - руководитель проекта, и Романов Роман Николаевич - президент НП «САПИР» на церемонии награждения победителей смотра-конкурса «Хрустальное колесо 2011»

► - И что вы с ним сделали?

- Привез в Ленинград и спрятал в диван, на котором спали родители. Отец через пару дней заглянул в отсек, куда складывается постельное белье, и обнаружил «приятный» сюрприз. Снаряд он сдал в милицию, а я получил промывание мозгов на тему того, что жизнь родителей гораздо ценнее даже самого красивого снаряда.

- Отец на вас оказал большое влияние?

- Да, конечно. От отца мне достался семейный эгоизм (ощущение самоценности и самодостаточности семьи как ячейки общества) и фатализм (вера в то, что все в мире движется в нужную сторону, хоть мы и не знаем, а только пытаемся догадываться, в какую).

Отца в детстве я видел не так часто, как хотелось бы. Он работал на стройке слесарем-вентиляционщиком, но имел большую страсть к приключениям и поэтому участвовал в трех полярных экспедициях в Антарктиду. В общей сложности он находился в плавании и зимовках около 6 лет. Это была трудная и тяжелая работа. В 60-70х годах полярники пользовались почти таким же уважением, как и космонавты. Отец умел делать все, что угодно из чего угодно. В какой-то мере эта черта передалась и мне.

В прошлом веке на дачах, почти в промышленных масштабах, выращивали картошку и другие овощи. Родители целыми днями что-то мастерили или копались в огороде. Где-то раздобытый ржавый кривой гвоздь нельзя было выбрасывать, а нужно было бережно выпрямить молотком и приколотить им какую-нибудь доску.

Для любой задачи мне приходилось придумывать необычные решения, на что отец с любовью говорил: «Каждый лодырь - рационализатор». Так как покупными игрушками я не был избалован, то постоянно мастерил их своими руками. Кораблей, самолетов, деревянных ружей было сделано без счета. Каждое лето копались землянки и строились домики на деревьях, запускались ракеты и подводные лодки.

- Так что же произошло после 8 класса? Такими темпами интервью растянется на 100 страниц.

- Всегда очень трудно оценить причинно-следственные закономерности жизни и понять какое событие запускает череду новых событий или оказывает решающее значение. Извините, поэтому начну издалека. Много лет назад моя мама работала кассиром в столовой на заводе по производству экспериментальных приборов для самолетов. Во время обеда к ней приходили инженеры, технологи и рабочие с этого завода, и, что интересно, все в белых халатах, как врачи. Все эти люди вызывали у нее заслуженное уважение и олицетворяли собой величие прогресса. Мама сказала мне: «Если к своим 16 годам ты не смог выбрать профессию, то я все решу за тебя. Твоя судьба - пойти учиться в ПТУ №2 на монтажника радиоаппаратуры и приборов. Там, по крайней мере, ты станешь рабочим, таким, который всю жизнь ходит в белом халате, сидит в теплом и светлом помещении и получает молоко за вредность. Потом, если хватит ума, окончишь техникум и будешь к этим рабочим ходить с технологическими картами и объяснять, как и что паять. А если очень повезет, станешь инженером и придумаешь самолет для полета на Луну».

Так я попал в ПТУ. Учеба прошла легко и непринужденно. Успеваемость у меня была на высоте. Этому в немалой степени послужило то, что в «путьягу» попадали очень грамотные педагоги, пытавшиеся, как могли, повысить образовательный уровень учащихся.

- И какое же событие во время учебы в ПТУ показалось Вам более значимым?

- Ответ прост, но к учебе имеет опосредованное отношение. Как я уже говорил, педагоги прилагали максимум усилий для нашего образования. Однажды приехал профессор, который должен был читать лекцию о наследии Маяковского. После школьной программы у меня о Маяковском оставались самые неприятные воспоминания. Но тут, за один вечер, передо мной открылось все величие этого потрясающего поэта. Я понял, что он был не только певцом революции, но и великим создателем рекламы. Самое удивительное - в том, что я не стал



поэтом, а понял, что создавать рекламу - это дело моей жизни. «Хватайтесь за этот спасательный круг! Доброкачественно, дешево, из первых рук».

Проучившись в ПТУ три года, я с «розовым» дипломом (до «красного» не хватило пятерки по политэкономии) отправился работать монтажником радиоаппаратуры на приборостроительный завод. В те годы по радио часто исполнялась песня: «Во французской стороне / На чужой планете / Предстоит учиться мне / В университете». За прошедшие 40 лет кто только ее не пел. А написана она на стихи бродячих студентов - вагантов, живших в XI-XIII вв., композитором Д. Тухмановым и поэтом Л. Гинзбургом в 1977 году. Ощущения, вызываемые этой песней, и образ Шурика из «Кавказской пленницы» окончательно убедили меня, что лучшей судьбы, чем учеба в институте, быть не может. Так как за годы учебы в ПТУ я привык к белому халату, да и знания получал с авиационным уклоном, вполне логично выбор пал на Ленинградский Институт Авиационного Приборостроения.

- Когда и почему Вы решили заниматься издательским бизнесом?

- Прошли годы: армия, институт, жена, дети. Капитала у нас не было, номенклатурных связей тоже, приходилось надеяться на высшее техническое образование и общекультурное развитие. Как у большинства молодых людей, не имевших в начале 90-х годов ни копейки в кармане, у меня было неумное желание совершить что-то грандиозное - например, продать эшелон танков за границу или найти золото партии.

У каждой компании, которая продержалась на рынке хотя бы год, есть своя легенда о гениальном замысле и прозорливости своих отцов-основателей, которые не только оказались «в нужное время в нужном месте», но и смогли трезво оценить возможную выгоду от будущего проекта. Конечно, мы надеялись на то, что все будет хорошо! Только понятия не имели, как будет выглядеть проект, во что он превратится, как будут строиться взаимоотношения с окружающими людьми. Главное, не представляли, как и что делать, с чего начинать.

С самого начала почти у всех наших проектов два руководителя - я и моя жена, Наталия Александровна. Согласно закону «единства и борьбы противоположностей», у нас рождается понимание того, куда вести наш издательский корабль. Пусть это прозвучит излишне пафосно, но в основе нашего мироощущения лежит чувство красоты и гармонии.

Началом нашей деятельности можно считать проект, который назывался - журнал «ИГРОК» (не путать с московскими и украинскими изданиями, вышедшими на 5-7 лет позже). Концепция издания строилась на том, что рекламодатели спонсировали различные познавательные и развивающие игры и головоломки, публикуемые в журнале. Читатели, в свою очередь, отгадывали их и присылали письма с ответами. По результатам проводились награждения победителей.

Если вы помните, это было сложное время, когда иностранные компании только заходили на российский рынок, и часто бартер заменял наличные деньги.

Мне приятно осознавать, что, благодаря нашим усилиям и своим знаниям, сотни человек получили призы, будь то шоколадный набор от Fazer, поход в ресторан или роликовые коньки.

Концепция концепцией, но на одной рекламе и головоломках приличное издание создать невозможно. До сих пор возле станций метро можно купить с десятков подобных журнальчиков с анекдотами и кроссвордами, рассчитанных прожить только на время поездки. Свою работу нужно любить и уважать, тогда и народ потянется.

Наш коллектив поставил перед собой задачу: наполнять журнал содержанием таким образом, чтобы читатель не только сам зачитал его до дыр, но и передал теще, племяннику, а потом забрал обратно, прошил и положил в архив.

«ИГРОК» проложил дорогу новому проекту. КИР стал справочником по ценам и ассортименту игорного и развлекательного оборудования в России. Суть Каталога Индустрии Развлечений проявилась сразу. Буквально с пилотного номера мы смогли привлечь к сотрудничеству крупнейшие игорные и развлекательные компании Петербурга.

В то время мы оттачивали приемы работы с рекламодателями, налаживали обратную связь с потенциальными потребителями, осваивали новые технологии.

В журнале появились большие тематические статьи, переходящие из номера в номер. Мы стали публиковать справочную информацию о развлекательных и игорных заведениях города. Постепенно стали печататься обзоры оборудования, представленного на российском рынке.

Так как изначально мы были далеки от издательского бизнеса и многого не знали, для нас не существовало ничего невозможного. Каждый день в работу вносилось огромное количество нововведений. Если сотрудник говорил, что сделать что-то невозможно, это значило: невозможно только для него, но не для нас. В те года Photoshop «робко пробивался» на маломощные PC (на Macintosh денег не было). Создание полноцветной рекламы и коллажей требовало не только хорошего оборудования, но и умелых рук верстальщиков и дизайнеров.

Одна полоса А4 формата, порезанная на куски и перетасованная, могла складываться в желаемую картинку несколько часов (если компьютер не зависнет). В то время любимой мелодией нашего дизайнера была «I Like to Move It, Move It». Сейчас это может показаться вымыслом, но в конце 90-х наши дизайнеры, работавшие над созданием Каталога, помогали игорным компаниям и разрабатывали дизайн для игровых автоматов и систем Джекпот. ▶



► - Что Вы считаете наиболее важным в истории создания Каталога? Отличается ли нынешняя концепция журнала от первоначальной, и что хотелось бы изменить?

- Основная концепция на протяжении многих лет остается неизменной - это донесение объективной и, в первую очередь, справочной информации о товарах и услугах, существующих в индустрии развлечений России.

Вероятно, стоило бы поговорить не о концепции всего журнала, а о методах подачи материала и о миссиях, которые мы на себя возлагаем в зависимости от конъюнктуры рынка и политико-экономической обстановки в стране.

С момента возникновения журнала за основу была принята революционная, никогда ранее не применяющаяся в индустрии развлечений форма подачи материала - информационные строчки. На первый взгляд все выглядит банально и примитивно. Да, подобным способом рекламировались стройматериалы и компьютерные комплектующие, однако попытки свести воедино и систематизировать игорное и развлекательное оборудование не существовало.

Как следующий шаг в развитии подачи рекламного материала, были введены так называемые WindowFrame и InfoFrame. Это небольшие блоки с цветной фотографией объекта и более исчерпывающей информацией. Макетная сетка, согласно которой верстается каталог, была разработана дизайнером Аглаей Петерсон. Впоследствии Каталог был разбит на условные сектора: игорный бизнес, развлекательный бизнес, украинский раздел, английский раздел, справочный раздел, выставочная деятельность.

Каталог, как живой организм, чувствителен ко всяким изменениям во внешнем мире. Например, когда производство и продажа игорного оборудования на территории России были практически прекращены, мы одними из первых обратили внимание на вендинговое оборудование, платежные терминалы и информационные киоски. В основе любой деятельности, я считаю, лежит возможность или невозможность человека улавливать суть происходящих процессов и быстро обучаться, то есть, как говорят индейцы, всегда держать глаза открытыми.

Я часто говорю «мы», это не мания величия, дело в том, что на протяжении всех этих лет над созданием Каталога трудится спаянный коллектив единомышленников, без которых ничего бы не вышло.

Миссии, которые мы на себя возложили:

- Доказать, что индустрия развлечений - огромный многогранный мир, включающий в себя игорный и развлекательный бизнес, а также сферу питания, активный отдых, гостиничный бизнес, туризм.

- Продемонстрировать российскому обществу общемировые тенденции развития индустрии развлечений. Приятно сознавать, что мы публиковали статьи о больших закрытых комплексах, предназначенных для посещения всей семьей,

задолго до того, как был построен первый ТРК в Петербурге.

- Сформировать в обществе осознание того, что понятие «игорный бизнес» включает в себя по меньшей мере три взаимосвязанных, но различных бизнеса.

Первый - это конструирование и изготовление игорного оборудования. Высокотехнологичное производство, сродни приборостроению, которое обеспечивает рабочими местами квалифицированных специалистов.

Вторая составляющая - это продажа игорного оборудования. При условии соблюдения действующих законов и норм налогообложения этот вид деятельности ничем не отличается от торговли станками или телевизорами.

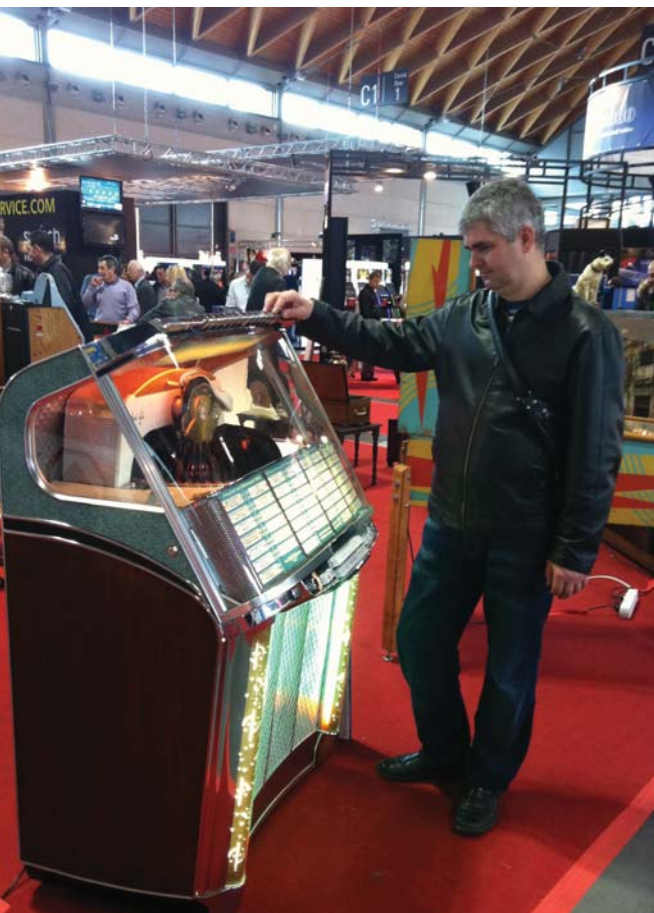
Третья компонента игорного бизнеса - это эксплуатация игорной техники. К этому бизнесу относятся казино, залы игровых автоматов, букмекерские конторы и т.д. Редакция Каталога Индустрии Развлечений никогда не ставила себе целью давать оценку или выносить какие-нибудь вердикты владельцам казино или залам игровых автоматов. Наша задача - говорить о качестве, характеристиках, особенностях всевозможного игрового и развлекательного оборудования. Мы помогаем людям понять, что сколько стоит и где продается.

- Показать на иностранных выставках лучшие образцы российского развлекательного оборудования, и вообще заявить Россию как полноправного партнера Евросоюза.

- Свести воедино интересы правительственных кругов и бизнесменов от индустрии развлечений, расширить кругозор и тех и других.

- Формировать адекватное, способствующее развитию отрасли, законодательство.

По поводу того, что хотелось бы изменить, отвечу так - многое. Формат, плотность бумаги, периодичность, ввести десяток новых рубрик, дублировать информацию на трех языках. Но для любых изменений, помимо желания, должны быть экономические предпосылки. Спрос рождает предложение. На данный момент производство Каталога оптимизировано, издержки снижены, ни один сотрудник не уволен.



- Какие каналы распространения вы используете? Почему журнал нельзя найти в киосках?

- Систему распространения мы вырабатывали методом проб и ошибок. Первые номера Каталога продавались в киосках Роспечати и входили в перечень подписных изданий с почтовой рассылкой. Однако со временем мы отказались от подобной практики в связи с тем, что публикуемая информация интересует узкий круг специалистов, на который собственно журнал и рассчитан. Постепенно была разработана оптимальная система распространения, которая включает в себя: подписку, презентацию журналов на профильных выставках, целевую рассылку по редакторской базе данных, раздачу в качестве информационного материала на семинарах, конференциях, совещаниях.

- Расскажите об искусстве выживания вашего издания на рынке специализированных СМИ? Как складываются взаимоотношения с конкурентами в этой области? В чем принципиальное отличие каталога от других журналов этой тематики?

- Все очень просто и сводится буквально к нескольким постулатам. Во-первых, мы никогда никого не делим на своих и чужих. Во-вторых, мы по всем вопросам имеем свое абсолютно правильное мнение, которое, однако, никому не навязываем. И, в третьих, деньги - не главное (если любое дело делать долго и хорошо, то в конце концов его оценят). О конкурентах говорим так, как принято говорить о мертвых, - или хорошо, или ничего.

- Есть ли сегодня на рынке индустрии развлечений такие издания, которые могут служить неким эталоном в этой области?

- Спустя столько лет легко рассуждать о том, какие издания появлялись на рынке, что собой представляли и куда уходили. Когда КИР делал первые робкие шаги в индустрию развлечений, достойным для подражания казался журнал EURO SLOT. Сверстанный на Apple Macintosh, с фотографиями от известных студий и профессиональными статьями, для европейских

читателей этот журнал представлял игровой и развлекательный бизнес очень красочно и информативно. Потом, как это часто бывает, из одного издания было клонировано несколько узкоспециализированных. Время прошло, и интерес прошел. В Европе во многих странах есть свои национальные издания, поддерживающие свой рынок и печатающие новости. Из-за различия в шрифтах и специфичности верстки эти издания смотрятся для нас непривычно. Чаще всего национальные издания выходят только на родном языке, что затрудняет прочтение статей и рекламных материалов. Несмотря на различие в языках, мы в хороших отношениях с чешской редакцией Trh Zabavu, поляками из Interplay и многими другими. Американская полиграфия - это отдельная тема, там рынок развлечений достиг такого размаха, что десятки специализированных журналов и газет безбедно сосуществуют. Персонально у меня последние годы вызывал уважение английский журнал G3, правда, я его давно уже не встречал. Так как все сотрудники Каталога находятся внутри этой кухни, то взгляд у нас сформировался более прагматичный и приземленный. Для стороннего читателя важно понять простую истину - «каков поп, таков и приход», т.е. какой рынок, такой и журнал.

- Сейчас весь мир переживает непростые времена. Когда, на Ваш взгляд, был самый удачный период в жизни журнала?

- Я бы не хотел говорить про самый удачный период в прошедшем времени. Я верю, что «...Лучшее конечно впереди...». Это все равно как спросить биржевого аналитика: «Долго страну колбасить будет?». А он ответит: «В целом российский рынок остается достаточно волатильным». Речь примерно об одном и том же, но позиция аналитика дает больше надежды на позитивный исход.



Бесспорно для нас, издателей Каталога, отдельные годы запомнились как более удачные, некоторые как более тяжелые. Наиболее насыщенным событиями годом я бы назвал 2004 - страна на подъеме, развивается цивилизованный игровой бизнес, возрождаются парки, строятся аквапарки и ТРК, появляются новые компании, власти всесторонне пропагандируют социальную ответственность бизнеса перед населением. Потом пошли перегибы, перекосы и игорные зоны. На фоне приостановки деятельности некоторых игорных компаний, активизировалось производство вендинговых автоматов, терминалов и развлекательных автоматов. С тех пор развлекательный рынок расправил крылья, было приложено много усилий, было многое сделано в оснащении парков и развлекательных центров.

- Каковы, на Ваш взгляд, сегодня основные тенденции развития рынка индустрии развлечений? Как в связи с этим изменится журнал?

- Главная тенденция для компаний - выжить в период второй волны кризиса. С теми, кто выживет, мы будем долго и плодотворно сотрудничать. На мой взгляд, сейчас каждому нужно трезво оценить свои возможности и понять свое место в этом мире. Кризис иногда называют очистительной силой, которая сметает все наносное, несерьезное. Если вы сами серьезно относитесь к своему делу, у вас в конце концов все будет хорошо. ▶

► В данный момент я считаю так:
- Для европроизводителей (не белорусов) российский рынок почти закрыт из-за курса евро.

- Китай может предпринять сам, или с помощью русских компаний, экспансию на наш рынок (у них пере-производство).

- В мире упали цены на металл, это позволит кому-то снизить себестоимость продукции.

- Из-за курса евро мы стали страной с дешевой рабочей силой (перспективно совместное предприятие по производству чего-то в России и продаже этого в Европе).

- Парки останутся, никуда не денутся, может быть, поменяют собственника.

- Динозавры вымрут, или впадут в спячку, если не проявят большую изворотливость.

- Производство малых форм будет переведено исключительно на российское сырье и комплектующие.

- Слово, которое несколько лет назад учили руководители игорных компаний, теперь актуально и для развлекательного рынка. Это слово - Диверсификация.

- Важно любыми способами оказывать влияние на администрацию и госслужащих в ваших регионах под лозунгом проведения АНТИКРИЗИСНОЙ СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ.

- Вы часто бываете на международных выставках и общаетесь с зарубежными партнерами. Каково их мнение о Каталоге?

- Иностранные выставки являются для нас, по сути, отдельным проектом, требующим специальных капиталовложений и отдельной организации. На каждой выставке Каталог Индустрии Развлечений имеет свой стенд, который является как бы центром сосредоточения русскоговорящих участников и посетителей выставки. У нас налажены хорошие, можно сказать дружественные, связи с братскими славянскими партнерами. Чехи и поляки, словаки и прибалты всегда находят радушный прием на нашем стенде в любой стране. Помимо сотрудников Каталога, с нашей помощью зарубежные выставки часто посещают целые делегации из России. В зависимости от профиля выставки мы организовывали выездные семинары для управляющих

парков, государственных чиновников, производителей и продавцов развлекательной техники и т.д. Во время работы на выставке мы стараемся не просто раздавать каталоги всем проходящим, а объяснять и демонстрировать практическую пользу от опубликованной базы данных. Гораздо важнее так вести свою работу, чтобы ваши потенциальные клиенты поняли практическое значение справочной информации, размещенной в журнале. Ни для кого не секрет, что для молодой развивающейся компании как воздух нужна клиентская база данных. Создать ее можно долгим кропотливым трудом, или купить, или бесплатно почерпнуть из КИРа. Мы гордимся тем, что ряд российских и иностранных выставок для комплектации экспозиции и привлечения экспонентов беззастенчиво пользуется справочной информацией, почерпнутой из Каталога Индустрии Развлечений.

- Что для Вас - Интернет? Сколько, в среднем, времени в день Вы там проводите? Какие сайты посещаете?

- Интернет для меня - это, в первую очередь, справочник, автоответчик и автопереводчик. Нельзя сказать, что я целыми днями зави-саю на сайтах, но более комфортно себя чувствую, если знаю, что сеть рядом. У меня дома установлен роутер с WiFi каналом, очень удобно ходить по квартире с ноутбуком и работать где захочется. Вообще к Интернету я отношусь уважительно, он потрясает меня своей мощностью, безграничностью и в то же время доступностью. Он как океан, в котором умелый ловец всегда поймает рыбу, а беспечный пловец может утонуть. Я пользуюсь сетью уже много лет, но не перестаю удивляться тому, что с помощью клавиш и проводов можно получить ответ почти на любой правильно поставленный вопрос Жизни, Вселенной и Вообще...

- Расскажите немного о себе: чем увлекаетесь в свободное время, какой вид отдыха предпочитаете? Любите ли Вы животных?

- Моя проблема в том, что я не различаю, чем отличается свободное время от несвободного. Из-за того, что я занимаюсь в основном только тем, что мне нравится, неясно, то ли я трудоголик, то ли патологический лентяй. Главное, нужно стараться



чередовать творческие и физические усилия. Например, сейчас закончу интервью и пойду выгуливать собак. У меня в доме живут две собаки породы Вельш Корги Пемброк, это небольшие ирландские овчарки. Они симпатичные и очень дружелюбные животные.

- И несколько слов на прощанье.

- Кто-то в жизни считает, что все в мире заранее предопределено, кто-то полагается на судьбу и ждет, когда удача сама попадет ему в руки, некоторые трудятся и пробиваются вверх за счет своих знаний. Сложно сказать, что в каждый отдельный момент является важным и основополагающим при выборе работы, и, самое главное, никто не знает, какое событие и как повлияет на человеческую жизнь. Все в мире меняется, и мы должны соответствовать переменам.

Мы благодарим Кирилла Владимировича за столь содержательное и интересное интервью и от всего сердца хотим пожелать ему крепкого здоровья, семейного благополучия и вечной молодости. Благодаря его неординарному аналитическому мышлению и творческому подходу к работе, бизнес-проекты компании интенсивно развиваются и совершенствуются. Кирилл Владимирович соединяет в себе большое личное обаяние и качества талантливого и остроумного руководителя, дизайнера, инженера, журналиста, редактора. Под его чутким руководством рождаются новые интересные проекты. ■