

Сергей Токмаков

БИЗНЕС ЗА КУЛИСАМИ:

100

РЕАЛЬНЫХ ИСТОРИЙ,
СЛУЧИВШИХСЯ С БИЗНЕСМЕНАМИ



Сергей Токмаков

**Бизнес за кулисами.
100 реальных историй,
случившихся с бизнесменами**

«Издательские решения»

Токмаков С. А.

Бизнес за кулисами. 100 реальных историй, случившихся с бизнесменами / С. А. Токмаков — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-909014-0

Эта книга — сборник, состоящий из 100 коротких, ярких, реальных бизнес-историй для тех, кто присматривается к собственному бизнесу, являясь при этом наемным работником. А также — для существующих владельцев бизнеса. Каждая из 100 историй повествует о той или иной неудаче, случившейся в бизнесе, и о том, как при этом пострадал владелец предприятия. Прочитав данную книгу, вы узнаете, на какие «бизнес-грабли» наступали владельцы различных предприятий и какие убытки они при этом несли.

ISBN 978-5-44-909014-0

© Токмаков С. А.
© Издательские решения

Содержание

| | |
|--|----|
| Вступление. Про того самого дядю | 6 |
| Чем бизнес отличается от самозанятости? | 7 |
| Финальный аккорд перед началом повествования | 8 |
| История №1. Про курс доллара | 9 |
| История №2. Про наших китайских партнеров | 10 |
| История №3. Про банковскую систему | 11 |
| История №4. Про исчезнувшие деньги | 13 |
| История №5. Про технический вывод денег с расчетного счета | 14 |
| История №6. Про работу с гос. заказчиком | 15 |
| История №7. Про пьяного слесаря | 16 |
| История №8. Про пьяного автомойщика | 17 |
| История №9. Про травму на производстве | 19 |
| История №10. Про смерть | 20 |
| История №11. Про бочки. Картина №1 | 21 |
| История №12. Про бочки. Картина №2 | 22 |
| История №13. Про главного бухгалтера | 23 |
| История №14. Про столбы | 24 |
| История №15. Про яйца | 25 |
| История №16. Про дилеров | 27 |
| История №17. Про владелицу рекламного агентства | 28 |
| История №18. Про банки: здравствуй и прощай | 29 |
| История №19. Про «франшизеров» | 31 |
| История №20. Про приватизацию и собственность | 34 |
| АНЕКДОТ | 35 |
| История №21. Про неявные поборы чиновников | 36 |
| История №22. Про потребительский терроризм | 37 |
| История №23. Про владелицу транспортной компании | 39 |
| История №24. Про страховку и склад | 40 |
| История №25. Про пропавшие приборы | 42 |
| История №26. Про таможену, которая «берет добро» | 43 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 44 |

**Бизнес за кулисами
100 реальных историй,
случившихся с бизнесменами**

Сергей Александрович Токмаков

© Сергей Александрович Токмаков, 2018

ISBN 978-5-4490-9014-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступление. Про того самого дядю

Весь Интернет пестрит заголовками:

«Бросай все! Открывай собственное дело!»

«Хватит работать на дядю! Начни собственный бизнес!»

«Ты все еще пашешь на этого буржуя, который забирает все твои кровные денежки? Бросай его! Открывай свой бизнес!»

«Пока ты продолжаешь работать на дядю, другие открывают свой бизнес и зарабатывают миллионы!»

«Дядя нажился на тебе и продолжает наживаться на других своих сотрудниках! Бросай дядю, начни собственный бизнес!»

И таких заголовков я могу привести в качестве примера еще около сотни.

Почему же все вышеупомянутые заголовки являются ложью, фэйком, обманом и прочей ерундой, вводящей вас в заблуждение?

Во-первых, авторы данных заголовков частенько путают бизнес и самозанятость. И отправляя вас заниматься бизнесом, в большинстве своем предлагают вам именно самозанятость, а не бизнес.

Во-вторых, давайте разберем эти лозунги логически. Если вы сейчас работаете «на дядю», то когда вы откроете собственный бизнес, в каком статусе вы предстанете перед своими работниками? Правильно! В статусе «дяди». Другими словами, уйдя от «дяди», через некоторое время вы сами становитесь «дядей», тем самым «буржуем, который отбирает у своих сотрудников честно заработанные денежки».

И как вы думаете, лозунг, на основании которого вы ушли от своего работодателя и основали собственный бизнес, не застрянет в ушах ваших же работников? Они не уйдут от вас и не откроют такой же бизнес?

В-третьих, и это самое главное и страшное, ни один из авторов данных лозунгов не скажет вам правду, а именно – не существует на планете Земля бизнеса, который показывает только рост и всегда генерирует прибыль. Абсолютно любой бизнес – это риск, это взлеты и падения, это нервы и стрессы владельца, это бессонные ночи, это внезапные проверки и так далее и тому подобное.

Я раскрою вам **правду бизнеса**. Приведу яркие, реальные примеры из бизнес-практики моих клиентов, знакомых, друзей, товарищей и коллег. И эта **правда – горькая**. Это случаи, которые имели место быть. Одни из этих случаев обходились бизнесменам больно, а другие – очень больно.

Чем бизнес отличается от самозанятости?

Десятки миллионов людей, занятых в частном бизнес-секторе, называют себя бизнесменами и уверяют, что у них есть собственный бизнес, но при этом глубоко ошибаются. Почему?

Представьте себе рынок. Обычный базар. На нем куча торговых мест. За каждым торговым местом находится Индивидуальный Предприниматель. Кто-то торгует мясом, кто-то молоком, а кто-то фруктами. При этом все они сами закупают товар, сами привозят его на рынок, сами продают, сами ведут бухгалтерию и сами отчитываются перед налоговой. И где тут бизнес?

Человек работает сам на себя, являясь сам себе работодателем. И сам же является работником. Это не бизнес. Это классическая самозанятость первого типа.

Есть еще самозанятость второго типа.

Представьте, что у вас небольшая компания. И в ней трудится 9 сотрудников. Возможно даже 13 сотрудников. Вы каждый день ходите на работу, т.к. являетесь учредителем и директором в одном лице. Вы «решаете вопросы», подписываете документы, разговариваете по телефону и у вас даже есть компьютер.

Но стоит вам уехать отдохнуть жарким летом в Турцию, Испанию, или на озеро Байкал, то вы понимаете, что работа никуда не делась. Звонки продолжают поступать. Электронную почту надо читать и отвечать на письма. А если этого не делать, то по приезду все будет развалено и сломано, клиенты похерены, проекты провалены и деньги потрачены.

Прочитав все это, вы наверняка зададите вопрос: а есть ли он вообще, бизнес этот?

Конечно есть! И называется он – правильный бизнес.

Правильный бизнес начинается с правильной организационной структуры, в которой есть должности, должностные обязанности, инструкции и скрипты. В правильном бизнесе новый сотрудник сразу же знает, что делать, ибо в компании существует специальная обучающая книга и система адаптации и ввода в должность, вкуче с наставничеством.

В правильном бизнесе сотрудники инициативны и работают слаженной, единой командой. При этом, если возникает проблема, то ее не просто вываливают руководству и занимают выжидающую позицию, а предлагают решение.

В правильном бизнесе все задачи делегированы и собственник занимается стратегией, т.е. стоит над бизнесом, а не занимается операционной деятельностью. В правильном бизнесе, как в шахматах – каждая фигура под защитой, есть стратегия игры и есть тактика.

Финальный аккорд перед началом повествования

Итак, друзья, в данной части я хочу донести до вас одну простую мысль. Дело в том, что большинство книг, кейсов, статей и блогов публикуют исключительно истории бизнес-успеха. И почти никто не публикует истории неудач.

В историях бизнес-успеха все просто. Заработать миллионы там также легко, как ударить деревянной палкой по свежеекрашенной стене. Все герои данных историй красивы и мужественны, у них исключительно дорогие автомобили, виллы о трех этажах, яхты и вертолеты. Они никогда не болеют. У них нет и не может быть проблем. Они перманентно счастливы и невероятно удачливы.

Однако, спешу вас уверить, что в жизни все иначе. Любой бизнес – это череда взлетов и падений. Но падения в бизнесе – это не стыдно. Это больно, но не стыдно. Потому что с каждым новым падением появляется позитивный опыт. И этот опыт позволяет расти бизнесу дальше. При условии, конечно, что сам владелец бизнеса воспринимает падения именно в таком контексте.

Беда еще в том, что большинство людей сознательно засаживает себя в шаблоны и загоняет в рамки. Я повторял неоднократно и буду повторять еще и еще раз:

- Все ограничения – в голове человека.
- Не бывает нерешаемых проблем. Есть люди, не умеющие решать проблемы.
- Один и тот же предмет спереди может оказаться прекрасным, а сзади – ужасным.
- Нет плохих и хороших поступков. Есть ситуация в жизни, относительно которой поступки приобретают нужную окраску.
- Мир не полярен. В мире нет черного и белого, плохого и хорошего. Существуют оттенки. Научись их видеть.
- Не существует правильных и неправильных решений. Есть только оптимальные и не оптимальные.

Заканчивая данную часть, далее я буду повествовать о негативном опыте в бизнесе. Чтобы у тех, кто собирается «бросить дядю», отпала всякая охота заниматься собственным делом.

Чтоб вы до печенок прочувствовали, что ваш родной «дядя», на которого вы сейчас работаете, далеко не поживает на лаврах, не бездельничает и не отлынивает от решения серьезных вопросов.

Многое, чего вы не видите, не знаете и никогда не узнаете, происходит за вашей спиной и за спиной ваших коллег. Пока вы спокойно пьете чай на рабочем месте, параллельно посещая свои социальные странички в Интернете, ваш «дядя» бьется за вас, за вашу зарплату и решает такие проблемы, о которых вы даже и не догадываетесь. Я думаю, что после прочтения книги у вас резко поменяется отношение к своему «дяде». Вы поймете, сколько труда и сил прикладывает этот человек, чтобы вы вовремя получали свою зарплату....

История №1. Про курс доллара

Один мой знакомый бизнесмен, имеющий несколько направлений, был крупным дилером известной южнокорейской компании. Он ввозил в Россию манипуляторы. Из разряда «сам грузу – сам вожу». Данные манипуляторы он устанавливал на шасси КАМАЗа и продавал как готовый продукт.

Несколько лет назад, когда грянул кризис и курс доллара стал скакать, как теннисный мячик по большому деревянному столу, герой нашего повествования приобрел три контейнера манипуляторов. Корейцы, конечно же, принимают оплату исключительно в долларах. Но в России доллары покупают за рубли. По курсу.

И так получилось, что скачок курса доллара привел к следующей ситуации. Наш бизнесмен купил доллары по курсу N и перевел их корейскому производителю. Сумма покупки зафиксировалась в рублях. Это была себестоимость.

Пока контейнеры с товаром ехали в Россию, курс доллара совершал возвратно-поступательные движения, другими словами – колебался. И доколебался он до того, что нашему бизнесмену, чтобы быть в рынке, пришлось продавать каждый манипулятор с прибылью «минус двести тысяч рублей».

Внимание! Манипуляторов было порядка 30 штук. С каждого при продаже он терял 200 000 руб. Общая «прибыль» от сделки составила «минус 6 000 000 руб.»

Причем, как он мне рассказал, это он легко отделался. Те его коллеги, кто решил подождать, дождались до еще более страшных минусов.

Так что, если вы хотите заниматься импортом в Россию иностранных товаров, то пусть данный пример будем вам наукой.

История №2. Про наших китайских партнеров

Произошла эта история в одной компании федерального масштаба. Компания занимается производством и продажей спецодежды. Своих швейных фабрик у нее нет, поэтому все работы по пошиву отдаются на аутсорсинг.

В частности, выяснилось, что в Китае не только хорошие ткани, но и дешевая рабочая сила. И было решено – шить костюмы в Китае, затем ввозить их в Россию.

Я не знаю, кто писал ¹ТЗ китайцам, и писал ли вообще. Я не знаю, откуда взялись у китайцев эти лекала, но факт остается фактом – костюмы получились ну очень нестандартные.

А именно:

Костюм состоял из куртки и полукомбинезона. Так вот, вся партия, а это порядка 10 000 костюмов пришла в следующем виде:

Если куртка была 50 размера, то полукомбинезон 56 размера. Если полукомбинезон был 48 размера, то куртка была 52 размера. К этому еще добавлялась и ростовка. А ее, как известно, целых три: первый второй и третий роста. Т.е. к неправильным парам куртка+полукомбинезон добавлялась неправильная ростовка. Или был 1 и 3 рост, или 2 и 1, или 3 и 2.

Конечно, костюмы пытались переукомплектовать. Конечно, пытались вернуть их китайцам. Конечно, пытались их продать. Но итог всего этого? Итог такой – после трех лет мытарств всю эту партию списали. Под ноль. Списали и отложили на уничтожение.

Розничная цена тогда составляла около 500 руб. за 1 костюм. Таким образом, «в трубу» улетело 5 000 000 руб.

Могу сказать однозначно – собственник компании не обрадовался вот таким вот цифрам. Потому что это из его кармана, как ветром сдуло 5 миллионов.

А чтобы вам совсем стало понятно, то добавлю вот что: обратите внимание, что расходы были на растаможку, на налоги, на хранение на складе, а также на доставку.

Ну и, естественно, куча народу в компании получили зарплату за свою «работу», благодаря которой собственник лишился 5 миллионов рублей.

¹ ТЗ -техническое задание

История №3. Про банковскую систему

К сожалению, не все знают, что любой банк в мире – это, по-сути, узаконенная финансовая пирамида.

Мало того, что банк ничего не производит, и не дает никакой прибавочной стоимости, так он еще и на законных основаниях может вас кинуть.

Поясняю. Не так давно сумму лимитов выплат по вкладам в банке, который «лопнул» увеличили до 1,4 миллиона. Для физических лиц и для ИП. Несколько лет назад эта сумма составляла 700 тысяч рублей. Казалось бы – все хорошо.

Допустим, у вас на вкладе 1 000 000 руб. Банк лопнул и ²АСВ возмещает вам этот самый миллион рублей до копейки. Казалось бы...

А если у вас на вкладе не 1 000 000 руб., а 7 000 000 руб., то что тогда? Тогда вам возместят 1 400 000 руб., а по оставшейся сумме впишут в очередь. Правда, судя по тем цифрам, с которыми банки заканчивают свою деятельность, люди состоящие в этой очереди получают «дырку от бублика», но это уже не волнует никого.

Главное – кидок узаконен. Другими словами, банк может официально кинуть гражданина, который свои честно заработанные деньги разместил на депозите.

А что касается юридических лиц, то тут еще смешнее. Закона о защите вкладов юр. лиц в России не существует. Поэтому, когда банк «лопается», юр. лиц ставят в «третью очередь». Учитывая то, что в лопнувшем банке находят ужасающие по своим размерам «дыры» (превышение пассивов над активами), можно с уверенностью сказать, что юр. лицам, после многочисленных и многолетних процедур, достанется та же самая «дырка» от того же самого «бублика»

Не так давно, в конце 2016 года, в Татарстане «приказал долго жить» Татфондбанк. Доля гос. участия приближалась в нем к 50%. Считалось, что банк надежный, как контрацептивы во время воздержания.

Тем не менее, «дыра» образовалась весьма внушительная. Размером в 118,34 миллиардов рублей.

Вы только вдумайтесь в цифру – сто восемнадцать миллиардов рублей!!!

А что есть «дыра»? Это значит, что если собрать всю дебиторскую задолженность, принадлежащую банку, а затем продать все банковские активы, и попытаться рассчитаться со вкладчиками и юридическими лицами, державшими деньги на счетах банка, то частично это удастся сделать, но при этом еще останется долг перед остальными вкладчиками и юридическими лицами в размере 118 340 000 000 рублей.

Какой из этого можно сделать вывод?

Вывод прост, как процесс забивания гвоздя в забор – эти деньги технично вывели. При всем при этом (как выяснилось) «ЦБ активно наблюдал за развитием ситуации более полугода и делал ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ руководству Татфондбанка».

Хотел бы я посмотреть на эти предупреждения!

Как было-то? Так что ли:

– Ребята, много не воруйте!

– Осторожнее, ребята! Вы уже 50 миллиардов вывели из банка. Опомнитесь!

– Предупреждаем, – если будете и дальше выводить деньги, то мы расстроимся!

Как же себя повело государство в данном случае? Классически! А именно – наплевало на все законы, им же, государством написанные. В частности, Налоговый Кодекс гласит: «обязательства налогоплательщика считаются исполненными с момента внесения им платежного поручения в банк». Логически все верно. Ведь мы не можем отвечать за деятельность банков.

² АСВ – Агентство по Страхованию Вкладов

А практически?

А практически – все налоговые платежи, отправленные из Татфондбанка в декабре 2016 года, были списаны с расчетных счетов юр. лиц, но до налоговой не дошли.

У тебя есть на руках платежное поручение, с печатью и подписью банка, у тебя есть ссылка на НК РФ. Но налоговую это не волнует. Деньги до налоговой не дошли – плати! А еще плати пени и штрафы за то, что банк потратил неизвестно куда твои налоговые платежи.

Другими словами, многие бизнесмены заплатили налоги два раза. Первый раз – отправив деньги из «Татфондбанка», но налоговая эти деньги не увидела. Второй раз – из другого банка в эту же самую налоговую после начисления пени, штрафов и блокировки расчетного счета.

История №4. Про исчезнувшие деньги

Один бизнесмен несколько лет назад уехал хоронить отца. На Украину. Как раз в то самое время, когда мужчин из России в возрасте от 14 до 70 лет через границу Украины не пускали тамошние пограничники.

Так вот, наш бизнесмен был с водителем и на машине. Он каким-то образом уговорил пограничников и его пропустили. Пока он занимался этим скорбным делом, сотрудник, которому он оставил доступ к расчетному счету, внезапно воспылил страстью легкого заработка. А именно, решил поиграть в азартные игры. И, как это обычно случается, все проиграл.

Все деньги, которые были в тот момент на расчетном счете и продолжали приходиться от клиентов. Ерунда, конечно, копейки... Так, несколько миллионов рублей...

Но для нашего бизнесмена сумма оказалась критичной. Когда он вернулся после похорон отца, то застал у себя в офисе очередь мрачных контрагентов и клиентов. С первыми не рассчитались, а со вторых взяли предоплату и не исполнили обязательства.

Проигравшийся сотрудник «отскочил». Типа, ну да, оступился, но я все верну, только возьми меня обратно, дай работу.

У нашего бизнесмена хватило ума не брать на работу этого деятеля. Но несколько лет на восстановление бизнеса он потерял.

История №5. Про техничный вывод денег с расчетного счета

Один бизнесмен жил-поживал и добра наживал. Обороты у него были большие и прибыли немаленькие. Но однажды с его расчетного счета чудесным образом списали 9 500 000 рублей.

Дальше все разворачивалось стремительно. Деньги были списаны по исполнительному листу, поступившему от службы судебных приставов и ушли некоему ³ООО в Набережные Челны. В момент поступления денег на это ООО, там появился неприметный мужичок с доверенностью от другого ООО, которому якобы эти деньги принадлежали. На всю сумму он загрузил стройматериалов и был таков. Ищут пожарные, ищет милиция, ищут фотографы в нашей столице.....

На вопрос бизнесмена операционистке банка – почему ты мне не позвонила до совершения операции, она ответила, что «звонила, но не дозвонилась». Через день этой операционистки в банке уже не было. Оказалось, она уволилась. И начальник ее тоже уволился. Найти их было невозможно.

Компания, торгующая стройматериалами, на расчетный счет которой поступили деньги, отрецировалась от всего и размахивала доверенностью, с печатью и подписями.

Исполнительный лист оказался очень хорошей подделкой. Настолько хорошей, что сами приставы не заметили разницы между этой подделкой и оригиналом. Более того, чудесным образом совпали номера, даты и суммы подделки с теми, что были в базе приставов. Только вот «конечник», которому пошли деньги чуть-чуть различался.

Следователь, глядя в пол, посоветовал нашему бизнесмену «забыть о своих деньгах, ибо дело бесперспективное и концов не сыскать».

Банк намеренно не называю, но это очень крупный банк, у всех на слуху...

³ ООО – Общество с Ограниченной Ответственностью, иногда, на сленге еще говорят «три О»

История №6. Про работу с гос. заказчиком

Произошла эта история несколько лет назад, когда еще не было ⁴44-ФЗ и гос. заказчики закупались, минуя всякие законы. Случилось это в Казани. Одна гос. структура обратилась в несколько рекламных компаний с просьбой сделать массу работ на приличную сумму.

Многие сказали – только в предоплату. И были правы. Но нашлась одна фирма, которая попросила побольше, согласившись сработать в отсрочку. Как ни странно, но гос. структура на возрастание цены согласилась и даже увеличила в своем заказе количество рекламных материалов.

Рекламщики старались всю! Подтянули кредит, заняли денег у знакомых и вложились в производство рекламы. Заказ сулил хорошую прибыль!

Директор мысленно примеривал на себя новую квартиру и присматривал в автосалоне настоящий внедорожник.

Когда все было поставлено, настроено и установлено, а документы подписаны, компания обратилась к гос. структуре с простым вопросом: «а где деньги?»

На что получила не менее простой ответ: «денег пока нет, ждите».

Директор названивал в гос. структуру несколько месяцев. Сначала тон его был просительный, потом уважительный, под конец он превратился в отчаянный.

И однажды к трубке подошел неизвестный мужчина, представившийся «начальником службы безопасности, бывшим полковником ФСБ». Он прямо спросил: «Чего надо?».

Директор рекламной фирмы удивился, но ответил: «Деньги надо. За выполненные работы». На том конце провода отвечали: «У нас деньги платят только тем фирмам, которые прошли внеплановую налоговую проверку. Вы проходили такую проверку? Вам прислать налоговиков?»

Директор рекламной фирмы испугался и повесил трубку. Ему не нужна была внеплановая налоговая проверка. И плановая тоже.

Денег своих он так и не увидел. Фирму закрыл. Сотрудников распустил. И продолжает рассчитываться с долгами, любезно подаренными ему нашим государством.

⁴ 44-ФЗ – Федеральный Закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг, для обеспечения государственных и муниципальных нужд»

История №7. Про пьяного слесаря

В одном известном автосервисе обслуживали весьма дорогие автомобили. В частности, в этот день заехал на ⁵ТО почти новый Кадиллак Эскалейд. Дело было в пятницу, поэтому директор ушел с работы пораньше, а автослесарь решил пригласить на ужин своих друзей, причем не в ресторан, а туда же, в автосервис.

Ужин плавно перерос в процесс возлияния горячительных напитков внутри собравшихся тел. И в какой-то момент в головах присутствующих возникла идея «покататься на шикарной тачиле».

Автослесарь распахнул ворота бокса, царским жестом разрешил всем друзьям усаживаться в салон авто, а сам, прыгнув за руль и передернув «кочергу» автомата в положение «D», лихо нажал на газ, вынося многотонную машину прямо на проезжую часть.

В это время по дороге, в пятничный вечер, спешил куда-то, очевидно также к столу, водитель небольшого грузовичка. И надо же было так совпасть траекториям грузовичка и творения американского автопрома, что итогом этой встречи оказался в хлам разбитый Эскалейд.

Говорят, что этот автослесарь до сих пор трудится в этом сервисе, отрабатывая свои «покатушки» и отдавая 50% своего заработка.

И даже говорят, что трудиться ему осталось около 70 лет. А еще говорят, что директору автосервиса пришлось взять какой-то космический кредит, чтобы рассчитаться с владельцем Эскалейда, который не только не подлежал восстановлению, но и отлетел на два случайно проезжавших рядом и тоже весьма недешевых автомобиля. И иски за повреждения этих автомобилей также «прилетели» директору автосервиса.

⁵ ТО – Техническое обслуживание

История №8. Про пьяного автомойщика

Это классика жанра. Таких история я могу рассказать около сотни.

Как правило, в автомойщики идут работать почему-то не те, кто имеет высшее образование, а люди из другой социальной прослойки. При этом, в большинстве своем, они испытывают классовую ненависть к «иномарочникам» и стараются задеть их хоть чем-нибудь. Это реальные случаи, одни из которых я наблюдал лично, другие мне рассказывали руководители автомоек, просматривая камеры видеонаблюдения.

Диалог №1 между мойщиками:

– Сейчас залезу в его машину, и посижу там минут десять.

– Зачем?

– Да болею я. А еще должен намывать тачки этих уродов. Сейчас я там начихаю и накашляю. Пусть потом этот «перец» тоже заболеет.

– Правильно, Васёк! Нечего тачки за три ляма покупать! Оборзели совсем!

Диалог №2 между мойщиками:

– Никита, ты почему пистолет неправильно держишь? Не видишь, на машине пленка антигравийная? Попадешь в стык и пленка станет отклеиваться!

– А я специально в стык бью! Ты знаешь, сколько оклейка стоит? Почти 50 тысяч! Вот откуда у него такие деньги? Явно наворовал! Вот и собью ему, гаду, пленку. Не будет воровать!

– А-а-а, если так... То я бы тоже сбил!

Диалог №3 между мойщиками:

– Андрей! Не передерживай пену на кузове! Смывай, давай! А то хром начнет «съедаться»!

– Не бойсь! Пусть «съедается». Потом скажем, что это дожди кислотные у нас в городе, если придет предъявлять за хром. А то расхромировался! Расфуфырился! Пусть проще будет, как все!

– Ну смотри, твое дело. Я предупредил, если что...

Вернемся к пьяному мойщику. Под опьянением я подразумеваю не только введение внутрь спиртосодержащей продукции, а также – курение всяких трав, употребление разных порошков и прочее «иглоукальвание».

У молодежи отпускает всякие тормоза и они, не думая о последствиях, пускаются в опасные путешествия по городу на клиентском автомобиле.

Однажды вечером, клиент загнал на мойку весьма недешевый автомобиль. Сказал, что ему надо отъехать по делам часов на 5—6. И отъехал. Вымытый автомобиль сверкал лаком и отражал в своих наполированных боках собирающегося домой администратора.

Задержавшись в дверях, администратор сказал проходящему мимо мойщику:

– Тачку выдашь сам клиенту?

– Выдам. Делов-то. Она же помытая уже.

– Добро. Аккуратнее тут. Кругом камеры. Директор потом все увидит в записи.

Ключевым словом стало «потом». Т.е. сейчас никто ничего не видел. В это время к мойщику заглянула подруга. В пакете, что она принесла с собой, призывно маячила бутылка вина.

Выпили за встречу. Вино быстро кончилось. И мойщик побежал в магазин за второй бутылкой. После второй он уже не побежал. Ибо – зачем, если вот она – тачка! Он поехал,

несколько виляя, но все же поехал. Подруга сидела рядом и тыкала пальцем в многочисленные кнопки на панели.

Взяли водки. Выпили. Подруга позвала покататься по ночному городу. Поехали кататься. Слава богу, никого не сшибли! Но привлекли внимание экипажа ДПС, коим и были задержаны после весьма непродолжительной погони.

Вернулись до автомойки. А тут и хозяин машины подоспел. ДПС-ники объяснили ему, что вариантов у него два:

1. Либо писать заявление об угоне на этого мойщика.

2. Либо на него самого пишут протокол о передаче управления лицу, не имеющему права управления и находящемуся в состоянии алкогольного опьянения.

Я не буду уточнять, какой вариант выбрал хозяин автомобиля. Могу сказать лишь одно, что за вариант этот рассчитался директор автомойки. Причем закрывать появившуюся в предприятии финансовую «брешь» он будет еще очень и очень долго.

История №9. Про травму на производстве

Однажды директор одного предприятия уехал в краткосрочную командировку. По области. Уехал с утра. А ближе к обеду раздается звонок на его, директорский, мобильник:

– Павел Петрович, здравствуйте! Из отдела полиции вас беспокоят.

– Слушаю внимательно.

– Тут ваш сотрудник на складе упал. Голову разбил. Травма на производстве. Так что подъезжайте к нам немедленно. Будем дело заводить.

– Я в командировке сейчас. По области катаюсь. У меня тут еще несколько встреч.

– Ничего, мы подождем. Вот сразу после встреч и подъезжайте.

Если вы не знали, то за травматизм сотрудников на работе несет ответственность директор предприятия. Причем не просто ответственность, а УГОЛОВНУЮ.

Естественно, наш герой ни на какие встречи не поехал. Он быстро вернулся в город и первым делом выяснил, как все было. Оказывается, его кладовщик упал со второго этажа склада и разбил голову. И еще сломал руку. Дело было утром. В начале рабочего дня. Сотрудники тут же вызвали скорую. Врачи зафиксировали место получения травмы – на работе. И тут же сделали звонок в полицию.

Директора спасло то, что кладовщик согласился отказаться от фразы «на работе» и написать фразу «по пути на работу». А еще спасло то, что врач со скорой тоже согласился предоставить новые документы, где все эти новые факты были отражены.

На яростные звонки полиции директор твердо отвечал, что с утра они не расслышали звонок от скорой правильно и что у него есть все документы, свидетельствующие о том, что травма получена не на производстве, а по пути на работу.

Но нервов и денег он потерял изрядно. Больше года восстанавливался после депрессии. Сколько денег ушло на лекарства и врачей – одному богу известно.

История №10. Про смерть

Отправил директор предприятия двух сотрудников в командировку. Все как положено: выданы суточные, забронирована гостиница, подписаны командировочные удостоверения. И вот парень с девушкой на автомобиле едут по заснеженной трассе.

Едут не торопясь, на встречу с клиентом, чтобы сделать презентацию товара.

Поездка эта закончилась лобовым столкновением с идущим навстречу автобусом. В легковушке не выжил никто. Полиция быстро выяснила, что молодые люди были в служебной командировке, а значит на работе.

Мгновенно был вычислен директор предприятия. Мгновенно на него было заведено дело.

Директора затаскали по отделам полиции и судам. После этого он зарекся быть директором предприятия. Несколько лет лечился, а потом устроился обычным менеджером.

Теперь работает «на дядю». Счастлив, что над ним не висит больше груз ответственности за работников. И не собирается никогда в жизни занимать какие-либо руководящие должности.

История №11. Про бочки. Картина №1

Есть у нас в стране одна интересная бизнес-ниша. Связана она с покупкой, продажей и производством бочек. Обычные металлические бочки, 200-литровые.

Первая часть бизнеса называется «мытьё». Покупаем грязную бочку за 200 рублей, моем ее тщательно и продаем уже чистую за 450—500 рублей. Наценка – аховая!

Эти же чистые и отмытые бочки многие умудряются потом продать, как новые, по 600—700 рублей за штуку.

Вторая же часть бизнеса – это непосредственно производство и продажа бочек.

Наценка в этом бизнесе хорошая, но всю прибыль съедает логистика. Доставка товара до клиента стоит дорого. Особенно, если клиент находится в полутора, или двух тысячах километрах севернее твоего производства.

Так вот, в одной набережночелнинской «бочковой» компании не хватало товара. А отгрузка клиенту близилась. И они стали искать бочки. И нашли. Недалеко, в Ижевске. По фотографиям и даже видео со склада бочки выглядели шикарно – на пять с плюсом. В этом бизнесе расчеты происходят исключительно в предоплату, либо по факту загрузки на месте (про это будет вторая «бочковая» история).

Опасаясь, что товар быстро уйдет по такой «сладкой» цене, наше предприятие перечисляет предоплату в Ижевск и отправляет туда экспедитора на машине.

Приехавшему экспедитору объясняют, что «те» бочки закончились, буквально за час до его приезда, но есть «эти» бочки, которые расположены в других местах. И отправляют его по этим самым «ленинским местам» собирать бочки.

Экспедитор на грузовике объезжает какие-то заброшенные месторождения, старые, советских времен склады и иные удивительные места в районе города Ижевска.

В каждом из этих мест ему в машину грузится определенное количество бочек до тех пор, пока автомобиль не оказывается полным.

Сказать, что бочки оказались другого качества – не сказать ничего. Они были мятые, ржавые, грязные. Впрочем, не имели ничего общего с теми, что были на фото и видео.

На претензии компании в Ижевск им ответили: «ваш экспедитор в документах расписался, значит все устроило. Значит бочки были качественные. Мы здесь при чем? Может, это он по дороге их заменил?»

Итог – экспедитор уволен, деньги потеряны, нервы тоже. Да и заказ оказался сорван, результатом чего явились неустойки и штрафы.

История №12. Про бочки. Картина №2

Другое предприятие решило закупить бочки. Созвонились с продавцом, обменялись фотографиями и видео товара. И даже, чтобы не быть обманутыми, договорились на оплату «по факту загрузки». Продавец, как ни странно, согласился.

Приехала за бочками машина, заехала на территорию какого-то предприятия. Далее эту машину загрузили бочками и выдали накладную по форме ТОРГ-12, и даже счет-фактуру.

После этого Продавец получил деньги и, торжественно отсалютовав, скрылся в неизвестном направлении, обосновав это тем, что «деньги наличные и их надо срочно на расчетный счет положить».

Водитель покурив не спеша, отзвонился в родную контору, что так мол и так, дело в шляпе, а бочки в машине. Короче – все тип-топ, чики-пуки, окейно, в ажуре да и просто нормалёк.

Затем водитель завел свою многотонную машину и направился на выезд с территории предприятия.

К его удивлению, в отличие от той легкости, с которой он заехал на территорию, выехать оказалось несколько сложнее.

На месте охранника был уже другой человек – хмурый, неприветливый, ростом под 2 метра и со стальным взглядом наемного убийцы.

Охранник спросил: «что везем?» и попросил открыть кузов. Далее он спросил документы на бочки, кои и получил тут же от водителя.

В процессе просмотра документов выяснилось, что фирмы, выписавшей документы, на данной территории просто нет. И не было никогда.

Затем водителю было предложено разгрузить машину тут же своими силами и как можно быстрее. В противном случае охранник грозился вызвать полицию, которая точно заведет уголовное дело по всем статьям сразу: «хищение», «кража» и «грабеж».

Водитель в отчаянии начал звонить в родную контору, а контора – продавцу бочек. Ответом в трубке была известная всем фраза: «Аппарат абонента выключен, или временно недоступен. Позвоните, пожалуйста, попозже». Конечно же, ни «попозже», ни через день, ни даже через 10 дней продавец не включил свой телефон. А зачем? Симку-то он давно уже выкинул...

История №13. Про главного бухгалтера

Произошла эта история году этак в 2003. Но можете мне поверить, она очень актуальна и сейчас.

Один бизнесмен заработал много денег. Подсчитав в конце года прибыль, он решил отблагодарить свой коллектив и устроил им хороший праздник с вручением призов, подарков и денежных премий.

Особо он отметил главного бухгалтера. Женщину в возрасте, солидную и ответственную. Выплатил он ей премию в размере 200 000 руб. Если учесть, что в то время зарплата главбуха составляла в среднем 15 000—20 000 руб. в месяц, то можно сказать, что он ей выдал премию в годовом размере.

Какова же была реакция главбуха?

Вы не поверите, но она обиделась!

И обиделась так сильно, что перевела на счет одной из обнальных фирм «недоплаченную», по ее мнению, премию в размере 1 500 000 руб., ибо «этот капиталист проклятый получил прибыль целых 12 000 000 руб. и несправедливо меня обделил».

Хочу заметить, что она не была соучредителем, не имела пакета акций. Она была просто наемным работником. Но! Получаемая предприятием прибыль, по ее разумению, должна была делиться и с ней тоже.

Понятно, что бизнесмен ее уволил, понятно, что деньги, отправленные в обнальную контору, забрал.

Но она после ухода еще «попила кровушки», насылая на него всякие контролирующие органы. А те с огромным удовольствием и рвением осуществляли свой «государственный долг» по выдаиванию денег с бизнеса.

История №14. Про столбы

Одно предприятие приобрело в собственность базу. Своя огороженная территория, на ней – производственный корпус. Находится почти в лесу. Тишина, покой, птички поют. Рядом такие же базы других бизнесменов. Все хорошо, но было одно но! Продавец в процессе сделки честно предупредил: «Парни, там электричества нет. Мне тянуть было лень, но на всех базах вокруг есть, так что справитесь. Там делов-то – документы собрать и отдать в «Энергосети»».

Дошло дело до оформления электричества. И нужно было сделать это быстро, поскольку на базе предполагалось разместить производство со станками и прочим оборудованием для выпуска товаров.

Оформление обходилось не сказать чтобы дорого, но и дешевым его назвать было нельзя. В самом конце выяснилась одна пикантная деталь – ближайшая точка подключения находилась в паре километров от базы и нужно было тянуть кабель, ставить столбы.

Энергетики сказали, что бюджета на столбы у них нет. Так что, либо ставьте сами, либо ждите, когда нам бюджет выделят. На вопрос: «А когда выделят?» энергетики отвечали, потупив взор: «Не знаем... В прошлый раз три года ждали».

Фирме нашей, базу купившей, ждать три года никак не улыбалось. Иначе, зачем нужна была вся эта затея с покупкой производственного помещения в собственность?

Пришлось фирме напрячься и выделить деньги на покупку и установку столбов.

Впоследствии, случайно выяснилось, что энергетики параллельно запустили аукцион на покупку и установку столбов. И выиграла этот аукцион какая-то малоизвестная компания. Причем, выиграла без падения цены. А начальная максимальная цена контракта на столбы раза в 3 превышала те затраты, которые понесли наши бизнесмены, прикупившие понравившуюся им базу (без электричества).

Так вот, столбы ПО БУМАГАМ были установлены в тех же самых местах, в которых установили наши бизнесмены, базу купившие. С точки зрения закона, проверки со стороны счетной палаты – все чисто, не подкопаешься. Деньги выделены, «Энергосети» нашли подрядчика, столбы стоят.

А кто реально устанавливал эти столбы, для наших компетентных органов в государстве совсем не интересно. Главное – факт исполненного контракта на лицо и государственные деньги потрачены не зря.

Я надеюсь, что вы догадались, как потом государственные деньги превратились во вполне себе частные, осев в чьих-то широких и бездонных карманах.

История №15. Про яйца

Так как название несколько двусмысленное, то я сразу поясню, что речь пойдет о куриных яйцах, а не о тех, о которых некоторые подумали.

Одни хитромудрые бизнесмены из Москвы разместили объявления в региональных газетах, что так мол и так, скупаем яйца, большими объемами, задорого. И телефончик свой оставили.

А на том конце провода – любезная барышня, голосочком ангельским щебечет и называет цены, раза в полтора-два превышающие те, что есть сейчас в конкретном регионе звонящего. Но предупреждает при этом, что берут они сразу, в нал, но не менее КАМАЗа.

Предприимчивый житель бывшего колхоза собирает все свои (куриные, естественно) яйца, а также объезжает соседей по родному колхозу. И их продукцию тоже бережно загружает в КАМАЗ.

Далее он приезжает в Москву. Там все нормально. Фирма существует. Офис большой. Менеджеры снуют туда-сюда. Компьютеры мерцают голубыми экранами, а принтеры постоянно извергают все новые и новые порции отпечатанных накладных, договоров и иных документов.

В кассу стоит народ, очевидно за деньгами. Компания крупная, поэтому покупает ВСЕ. Любые продукты, зерно, муку, мясо и так далее.

Реклама уж больно удачная в регионы «зашла».

Наш предприимчивый житель колхоза успокаивается и даже расслабляется. Идет на улицу, хлебнуть квасу, ибо жара этим летом стоит несусветная.

Далее возвращается в эту фирму и вопрошает:

– Где тут яйца принимают?

Его провожают к одному из менеджеров, который, словно ушат с ледяной водой, выливает на него следующие фразы:

– Яиц мы закупили достаточно. Больше нам не надо. Но, в качестве исключения, готовы забрать ваши.

И называет цену. Ошарашенный предприимчивый житель колхоза говорит:

– Барышня по телефону совсем другие цифры называла.

Менеджер с ним любезно соглашается. И повторяет:

– Я же говорю – мы яйцами весь склад забили. Лишнего нам не надо. Только в порядке исключения...

– Но позвольте! – восклицает наш предприимчивый. – Ваша цена еле-еле покрывает мою закупочную цену плюс расходы на доставку. Другими словами, продав вам сейчас яйца по вышеозначенной цене, я в лучшем случае сработаю в ноль.

Менеджер делает скорбное лицо, а про себя думает: «Именно так все и было рассчитано. На что ты надеялся, дядя сарай?».

Затем он продолжает вещать:

– Вы можете постоять тут у нас некоторое время возле офиса. Возможно, цена изменится за эти дни. А можете домой поехать.

Предприимчивый решает постоять, поскольку домой ехать – вообще не вариант: куда он там яйца денет? А вместе с ним стоит и КАМАЗ, яйцами груженный. А на дворе лето. А в кузове КАМАЗа температура поднимается до температуры плавления металлов в индукционной печи. Наш герой бежит к менеджеру, на что тот в жесткой форме сообщает:

– Цена снизилась еще на 10 копеек за десяток. Продавай, пока не поздно.

Бизнесмен от колхоза воеет, стонет, но решается подождать еще день. По прошествии этого дня цена «снижается» еще на 5 копеек.

Наш герой уже не воеет. Он плачет. И понимает, что деваться ему некуда. Понуриясь, он идет оформлять документы. А затем в кассу – получать оговоренную цену за партию товара.

Получив на руки деньги и сдав товар на склад (находящийся на другом конце Москвы), предприимчивый со злорадством наблюдает, что он не один такой «сдающий». Куча людей, плюясь, матерясь и кому-то грозя, сдает КАМАЗами, фурами товар на склады хитромудрой московской компании.

От чего же они матерятся и плюются?

Уж не от того ли, что проехав тысячи километров, они надеялись продать свой товар по цене А, а продали его по цене Б, по которой легко могли продать и у себя в регионе. А так еще и на доставку «прилипли».

Но нет худа без добра. Зато столицу посмотрели. На Красную Площадь сходили. Да на метро прокатились. Чудо, а не поездка!

История №16. Про дилеров

И была одна великая московская компания. И было у нее филиалов много. Несколько десятков. Но, как говорится, чем больше, тем лучше. И решает эта компания количество филиалов нарастить.

Посчитав экономику и получив грустные цифры – затраты на открытие филиала, найм сотрудников, зарплаты сотрудникам, аренда офиса и склада, закупка орг. техники и так далее, наши московские герои решают пойти по другому пути.

А именно – не открывать пока филиалов. А открывать дилеров. И полетели гонцы во все концы страны. Гонцы приезжали в город, находили более менее подходящую компанию и предлагали ей дилерство, подразумевающее эксклюзив, товарные запасы, маркетинговую поддержку, совместные полеты на Марс и проведение междупланетного шахматного турнира.

Люди в регионах доверчивые. Они не привыкли, что их могут обмануть. Поэтому кидались они в «дилерский омут» прямо с головой.

По прошествии 2—3 лет, когда бренд московской компании был раскручен, клиентская база наработана и договора с крупными предприятиями заключены, головная компания как бы одумавшись, или же очнувшись от дурного сна, выкатывала дилеру ноту протеста.

Эта нота могла содержать все, что угодно. Начиная от малой доли рынка, до недостаточно информативной выкладки товара, или продажи товаров компании с низкой маржинальностью и неумением продавать дорогие позиции.

Дилера просто ставили в невыгодную позицию. Если он бодался, трепыхался и противился, то с ним тут же разрывали контракт и мгновенно открывали свой московский филиал, переманив сотрудников дилера более высокими (поначалу!) зарплатами.

Если дилер попадался сговорчивый, то филиал организовывали на его площадях, поэтапно прибирая к рукам весь бизнес.

Это классическая история, коих я знаю десятки. Повторяются такие истории с завидной периодичностью вот уже 20 лет. Развитие происходит по классическому сценарию, который я описал выше.

История №17. Про владелицу рекламного агентства

Я не знаю, как ты собираешься начинать свой бизнес, но наверное правильно. И дай-то бог. Ты уже, наверное, исследовал рынок, создал бизнес-модель, у тебя есть структура предприятия и источник, из которого ты будешь получать клиентов.

Но послушай вот такую историю. Жила-была одна девушка. Дизайнер. Неплохой дизайнер. Я бы сказал даже – хороший. Делала она всякие работы и так же, как и ты «пахала на дядю». Однажды, начитавшись разных статей в Интернете и прослушав бесплатные курсы от именитых инфобизнесменов, она решила открыть свой бизнес. И открыла.

Работы у нее было много. Она печатала плакаты, листовки. Она оформляла витрины, заказывала ручки и блокноты с логотипом. Она резала узоры и буквы плоттером на оракале и развешивала новогодние гирлянды на здании.

Чего только она не делала. Причем, не за копейки. А по нормальным рыночным ценам. А маржа в рекламном бизнесе весьма приличная.

Работы было много, но! Вся эта работа делалась для одного клиента. И клиентом этим был один автосалон. Точнее, автосервис, но параллельно они еще и автосалон открыли.

Директор автосалона был к ней лоялен и все заказы отдавал только ей. Она эти заказы добросовестно исполняла. Все были довольны. И она и директор автосалона.

Мысль о том, что надо где-то искать новых клиентов, ей как-то в голову не приходила. А зачем? Работа есть, заказы регулярные. Денег хватает. Жизнь удалась.

Но однажды собственник решил сменить директора автосалона. И новый директор почему-то отказался от услуг фирмы героини нашей истории.

Отказался резко и сразу. Т.е. сегодня у нее еще был бизнес, а завтра его уже не стало. При всем при этом, она, как и учили ее статьи из Интернета и именитые инфобизнесмены, арендовала офис, купила оборудование, орг. технику....

Аренда за офис продолжала капать, а платить было нечем. Ибо героиня наша также не владела финансовой грамотностью и частенько залезала в деньги своего предприятия «вперед», зная, что автосалон все равно за что-нибудь заплатит, за какие-нибудь работы. А тут автосалон платить перестал. Одномоментно.

А где искать новых клиентов, как их искать, с помощью чего, девушка-дизайнер не знала. Распродав все оборудование и съехав с офиса она снова пошла «работать на дядю».

История №18. Про банки: здравствуй и прощай

Один бизнесмен открыл новую компанию. Направление нашел перспективное и под него начал организовывать бизнес. Как любят писать управленцы высшего звена – с нуля.

Открыл он расчетный счет в банке. Завел туда первоначальный капитал и стал работать. Закупает товар у поставщика и продает клиентам.

Бизнесмен ученый, знает, что с налогами баловаться нельзя. Поэтому у него в этом бизнесе все легально донельзя.

Никаких обналов, фирм-однодневок, никаких противозаконных операций.

Но не прошло и двух месяцев, как банк блокирует ему расчетный счет. А на счету лежат не тысячи рублей и даже не десятки тысяч.

На счету было порядка 16 000 000 руб. И всю эту сумму банк блокирует. Внятных объяснений – ноль. На вопросы не отвечают. Смотрят в пол и гоняют по кругу менеджеров.

Наконец ему настоятельно рекомендуют прекратить сотрудничать с банком и открыть расчетный счет в другом месте. На вопрос: «А что явилось причиной такого внезапного отказа?» он получает ответ: «Банк не обязан озвучивать вам свои причины».

Позже, в кулуарной беседе он получил ответ на свой вопрос, который звучал примерно так: «некоторые из ваших операций показались банку сомнительными».

Внимательно читаем ответ банка и выделяем ключевое слово: ПОКАЗАЛИСЬ.

Т.е. работники банка даже не удосужились, чтобы разобраться, запросить документы, провести какие-то проверки, поговорить с людьми. Зачем? Банку же проще заблокировать счет. Клиентом больше, клиентом меньше. Для банка это вообще не принципиально.

Но это не конец истории. Во-первых, при таком развитии дела многие банки «справедливо возмущаются» и за возмущение свое удерживают «комиссию» в размере 10% от блокируемой суммы. Остаток возвращают тебе.

На все твои возгласы и вопросы тычут в свой ⁶ДБО, написанный на 15 листах мелким почерком с двух сторон. А в ДБО этом, естественно, есть такой пунктик. Мелким шрифтом с размытой формулировкой.

Но и это еще не конец. Наш бизнесмен не смог потом открыть расчетный счет ни в одном банке. Везде отказ. Без объяснения причин.

И только после 10 отказа он нашел какого-то безопасника, который шепнул ему по секрету, что тот, первый банк, который 16 000 000 рублей заблокировал, внес ИНН его компании в некий «черный список».

Что это за «список Шиндлера», где он находится, на каких ресурсах расположен и кем контролируется, безопасник уточнять не стал. Но уверил, что список такой существует.

И выйти из него нет никакой возможности, потому что в явном виде его вроде бы и нет. В существовании его ни один банк не признается, а посему есть только один способ – контору закрыть и открыть новую, с другим ИНН.

Таким образом, банк это распрекрасный «подложил свинью» нашему бизнесмену, заочно обвинив его во всех бедах и преступлениях, которые он не совершал.

И ведь никому ничего не докажешь! С точки зрения закона – все ровно. Обратился ты в банк с просьбой открыть расчетный счет, а банк тебе отказал. И причину отказа он тебе озвучивать не обязан.

Хотя истинная причина в том, что некий другой банк, просто так, огульно, обвинил тебя черт знает в чем и внес в какие-то там тайные проскрипционные списки.

⁶ ДБО – Договор банковского обслуживания

При всем при этом тикает время. Проходят дни, недели, месяцы. Работа стоит. Бизнес рушится. Клиенты теряются. Ответит ли за эти потери банк? Я вас умоляю! Уже бежит и спотыкается...

История №19. Про «франшизеров»

Для начала —небольшое вступление.

Сейчас в России стремительно развивается вид бизнеса «по франшизе». Просто бум какой-то. Желających приобрести франшизу – тысячи и тысячи. Люди, купившиеся на сладко-голосую рекламу, «реальные отзывы» и модель бизнеса, которую преподносят как «готовый», в результате (в подавляющем большинстве) оказываются сильно разочарованными.

При чем, разочарование это выражается не только в слезах и нервных терзаниях, но и в значительных денежных потерях которые люди понесли, купив очередную «надежную» франшизу.

Конечно, существуют годами проверенные франшизы, реально приносящие прибыль. И основоположником всего франшизного бизнеса является Макдоналдс.

И, да, покупая франшизу Макдоналдса, ты можешь быть на 100% уверен, что тебя не обманули, что гарантированно будет прибыль, что все процессы четко прописаны, стандартизированы и бизнес работает, как хорошо смазанный маузер.

Есть и наши российские франшизы, достойные внимания. Та же «Додо Пицца», например. Но тут нужно быть готовым к инвестированию значительных сумм для открытия ресторанов.

А вот на рынке франшиз для начинающего бизнесмена, для микро и малого бизнеса творится полный хаос.

Как это всегда бывает, идею начинают извращать разные деятели. Опять же, не называя фамилий и имен, не называя компаний, расскажу, как появляются франшизы в России.

Есть некая компания. Эта компания привлекает в свои сети действующих молодых бизнесменов. У них куча разных программ. Но самое интересное происходит в процессе «обучения» на этих вот программах. В момент разбора бизнеса, в большинстве своем человеку (владельцу бизнеса) предлагается мега-супер-эксклюзивное решение – создать свою франшизу и продавать ее.

Молодой бизнесмен, посетивший эти курсы, внезапно «прозревает» и бросается во все эти франшизные дела.

На коленке лепится ПОДОБИЕ франшизы. Я подчеркну еще раз – это лишь ПОДОБИЕ франшизы. Потому что задача, которую ставят молодому бизнесмену, а далее и он себе сам звучит примерно так: быстро и малозатратно «поднять бабла».

С такой задачей невозможно создать полноценную франшизу в короткие сроки. Но самое страшное не в этом. А в том, франшизу сделать предлагают почти всем, обосновывая это так: франшиза – это «самый быстрый старт», «экспоненциальный взлет», «стремительное развитие».

Неважно, какой у тебя бизнес. Открывай франшизу, продавай ее всем желающим и будет тебе счастье.

Вступление закончилось. А теперь, собственно, сама история.

Одни ребята придумали программный продукт. Писали его долго, денег вложили много. Продукт получился удачный. Но заточенный под узкий сегмент рынка.

После того, как продукт был предложен рынку, оказалось, что он ему не нужен. Владельцы компаний не хотели покупать этот продукт, ибо продать им его не смогли.

Ребята были в шоке. Продукт готов, деньги все потрачены, офис снят, сотрудники наняты, а продаж – ноль!

Кое-как была продана одна единственная копия с космической скидкой в какой-то небольшой российский городок с населением 400 тысяч человек.

Дальше продажи встали. Были обзвонены все клиенты в России. Ну, все не все, но 80% точно. И везде наших ребят ждал отказ.

Деньги кончались так стремительно, что уже буквально через месяц компанию ждал полный крах.

Но тут один умный человек им подсказывает – сделайте франшизу и продавайте.

Не слишком веря в эту затею поначалу, ребята все же (а что делать? вариантов больше нет!) начали создавать сайт под продажу франшизы.

Сайт был создан. Пошла реклама. И тут у них поперло. Они не верили сами себе! Деньги потекли рекой! Франшизы продавались, как горячие пирожки. Саму идею развернули на 180 градусов.

Типа, «мы не смогли достучаться до этого сегмента бизнеса дистанционно, поэтому вы там, не местах, сделаете это быстро и четко, а результат мы вам гарантируем».

Потенциальных покупателей франшизы ласково называли инвесторами и обещали им космическую прибыль на вложенный капитал.

Гарантировали результат, что «чистыми» инвесторы, купившие франшизу, в месяц должны зарабатывать в среднем от 800 000 руб. для городов миллионников. При этом цена франшизы за этот самый город и была под миллион. Впоследствии, т.к. франшизы продавались «на ура», цена поднялась до двух миллионов рублей за город-миллионник.

Франшиз было продано несколько десятков. Было заявлено, что выдадут «тридцать инструментов по привлечению клиентов». По факту оказалось, что эти инструменты – не более чем гипотеза.

А тестировать гипотезу предлагалось тем, кто франшизу купил. Т.е. за свои деньги ты получал не готовое решение, а некое предположение, что система будет работать. И за свои же деньги тестировал!

При этом сам программный продукт, был на высшем уровне. К продукту вопросов нет и по сей день. Непонятно было – как его продавать. Даже не так. Уточняя – сам продукт (точнее – доступ к продукту) был в итоге продан тем, кто сначала его отказался покупать. Но соль была в том, что тем, кто купил этот доступ обещали «нагнать клиентов», которые и будут пользоваться этим продуктом.

Такая вот весьма запутанная схема.

Вот тут и сидит самое страшное! Вдумайтесь! Вы будете постоянно получать франшизные предложения с супер-продуктом. И он может быть действительно полезным. Но если сам создатель продукта не знает и не понимает, как сформировать стабильный клиентский поток, то как это поймете вы?

В итоге сильно пострадали те, кто не захотел работать «на дядю» и купил данную франшизу. Ежемесячные затраты не отбивались. Народ начал роптать.

И тут держатели франшизы заявили: «Вы просто не умеете продавать». Собрали людей на конференцию и стали показывать некие ветхозаветные приемы, при этом, особо не вдаваясь в процесс лидогенерации.

А это и был САМЫЙ важный вопрос – как нагнать поток потенциальных клиентов. Сконвертировать их в реальных мы сможем. Но нагнать как? Какими инструментами? Какими методами? С помощью чего? Об этом на конференции скромно умалчивалось.

Дальше было еще жестче. Держатели франшизы ввели некий «план», по которому ежемесячно ты – франчайзи, должен приводить энное количество клиентов. Не приводишь в заявленные сроки – договор расторгается. А договор был прописан весьма и весьма хитро.

Далее, в этом же городе, в который ранее была продана «эксклюзивная» франшиза, появляется новый франчайзи. И если он не выполнял «план» (на который при продаже франшизы не делалось упора, а было лишь обозначено в договоре), то и с ним разрывали договор. Ну, разрывают и разрывают, скажете вы. Что с того? А вот что – паушальный взнос по франшизе

был около миллиона (для мелких городов поменьше). И это взнос не возвращался при расторжении договора.

История №20. Про приватизацию и собственность

Современный налог на недвижимость – это заранее спланированная и продуманная акция со стороны государства. Она была задумана много лет назад, когда нам «бесплатно» предлагали приватизировать свои же квартиры, так и так нам принадлежащие и заработанные потом и кровью.

Тогда, в постсоветское время никто так и не понял этой хитрой комбинации, при которой на тебя навешивали ежегодный оброк за собственность.

Нас величали собственниками, нам улыбались государственные мужи, думая о том, что поскорее бы прошли эти 20 лет, когда можно будет наконец «собирать разбросанные камни».

Поначалу налог на квартиры, офисы, здания был сравнительно небольшой. В среднем за трехкомнатную квартиру в городе миллионнике платили по 200—300 рублей налога в год. И люди наивно полагали, что так будет всегда.

Но государство заранее и планомерно готовилось к созданию ситуации. И была эта ситуация озвучена так: «раз квартиры и здания у вас в собственности и продаются свободно по рыночным ценам, то и налоги надо взимать не с БТИ-шной стоимости, а с рыночной».

И это первая часть «марлезонского балета». Вторая часть – это ставки налогов, которые растут каждый год. И будут расти еще 3 года. Так нам говорят. Заметьте – ГОВОРЯТ. А что реально будет дальше – не знает никто. Точнее те, кому надо, знают, но нам не говорят. Чтобы не шокировать.

В итоге, один знакомый бизнесмен заплатил в прошлом году налог за не самое лучшее здание в не самом лучшем месте Казани в размере 400 000 руб. В год, естественно.

Но вдумайтесь в эту цифру! Если у вас есть помещение в собственности, то готов ли ваш бизнес ежегодно увеличивать свои доходы пропорционально росту налога на недвижимость?

Даже если у вас нет своего помещения, а вы его просто арендуете, то вы же не думаете, что собственник будет платить этот налог из своего кармана? Не проще ли ему увеличить арендную плату? А готов ли будет ваш бизнес к постоянному, ежегодному увеличению арендной платы?

А ведь кроме налога растут и личные аппетиты собственника. В стране увеличивается инфляция, растут цены.

И что бы там не говорили чиновники, рапортуя о том, что инфляция в России не превышает 5%, 6%, 8% и даже 11% в год, это все наглая ложь. Ибо строится эта ложь на неких «средних» статистических данных.

А в реальности мы сами видим на сколько подорожали продукты или те же автомобили. На эту тему есть отличный анекдот.

АНЕКДОТ

Средняя зарплата в России, это когда один человек получает 2 000 000 руб., а 100 других по 8 000 руб. Тогда в среднем зарплата на 1 человека 27 700 руб.

Или можно сказать простым языком: у меня 10 яблок, а у тебя 0 яблок. Но в среднем у нас по 5 яблок у каждого.

Чиновники едят мясо, а баба Нюра из деревни Тюрясево ест капусту. Но в среднем они едят голубцы.

Как бы смешно это не звучало, но статистика в у нас работает именно так.

И получается, что В СРЕДНЕМ, налог на недвижимость не такой уж и высокий. Ведь там есть еще льготы для пенсионеров. Но нас-то это мало интересует. У нас же книга про бизнес. Или вы где-то видели пенсионеров-бизнесменов?

В СРЕДНЕМ и арендные ставки не такие уж и высокие. Особенно когда складываешь ставки аренды в Биробиджане и в Йошкар-Оле. Нормальные ставки. Москву тут плюсовать не надо. А то она всю статистику портит.

История №21. Про неявные поборы чиновников

Раздается директору предприятия звонок из N-кого района администрации города. И приглашает его на встречу зам. главы администрации.

Далее этот зам. главы мило беседует с директором, подливает ему чаек и расспрашивает, как бы невзначай:

– Что там с бизнесом? Есть ли прибыль? Большие ли обороты?

Вобщем, отечески так интересуется. Заботу проявляет.

Наш наивный директор (по молодости не понимающий, что говорить можно, а чего нельзя) отвечает на все вопросы, ибо скрывать ему нечего, т.к. бизнес «белый».

Через несколько дней приходит письмо директору из администрации этого самого района города, с просьбой «материально помочь и выделить сумму в размере XXXX рублей на проведение какого-то там мероприятия». Директор наш пожимает плечами и про письмо забывает.

Далее ему раздается звонок от того самого зама главы администрации, который с мягким отеческим укором журит нашего директора:

– Ай-яй-яй, как нехорошо, мы же договорились, а ты не выполняешь договоренности.

Директор приходит в некое замешательство, поскольку ни о чем таком он не договаривался, но разговор был так хитро построен, что на него «навесили оброк».

Как-то отшутившись, директор закончил разговор и вроде как и забыл о нем. Но не забыл зам. главы администрации N-ского района.

Он позвонил еще раз и уже настойчиво и с напором настоятельно рекомендовал оплатить отправленный счет. В случае неисполнения на предприятие директора обещано было спустить кару небесную в виде пожарных, санэпидстанции, полиции, налоговой, и прочих контролирующих органов, которых у нас, как известно, масса!

Так как бизнес у нашего героя повествования был «белый» и он никогда никому не платил откатов и взяток, то он в такой же жесткой форме посоветовал заму главы администрации района не звонить по указанным телефонам, так он напрасно тратит время, ибо ни по каким счетам оплаты не будет.

В дело вмешался случай. Зама главы администрации района взяли с поличным при получении взятки за то, что он в обход общей очереди что-то там мудрил с выдаваемым жильем в районе. Зам. главы уехал в места не столь отдаленные, валить древесину.

Но нервы директору он все же попортил. А нервные клетки, как говорят врачи, не восстанавливаются.

История №22. Про потребительский терроризм

Если ты вознамеришься открыть розничный бизнес и работать с гражданами нашей страны, продавая им одежду, обувь, макароны, хлеб, или микроволновые печи, то учти, что на их стороне зорко и преданно стоит Закон о⁷ЗПП.

При этом в стране нашей существуют Комитеты по защите прав потребителей.

Закон жесткий, правильный и весьма лояльный к гражданам. Этот закон считается одним из самых лучших в мире.

Также существует целая категория граждан (и не только в нашей стране, а в каждой стране мира), которая пользуясь подобными законами, так осложняет жизнь предпринимателям, что время на разрешение этих конфликтов обходится предпринимателям слишком дорого.

Возьмем реальный бизнес под названием химчистка. Так как я лично знаю многих владельцев и директоров химчисток, то данная история не менее реальная, чем все вышеперечисленные (и нижеперечисленные тоже).

По ГОСТу, после химчистки допускается усадка изделий до 8% (в среднем – 5%).

Так вот, один мужчина сдал в химчистку свой шерстяной костюм. Но, получив его обратно, он как-то не сильно обрадовался его внезапной усадке. Несмотря на то, что ему показывали ГОСТ и доказывали законность и правомерность того, что произошло, мужчина пошел в Комитет, не в тот, что КГБ, а в тот, что КЗПП. И Комитет стал его «защищать». Была назначена экспертиза, суд. Время шло. Писалась куча бумаг со стороны химчистки и в их сторону тоже.

Директор химчистки десятком раз побывала в здании суда. Вердикт, в итоге, вынесли в ее пользу. Но сколько времени и нервов она потеряла! Я до сих пор помню огромные, толстые папки, рядами занимающие три полки в шкафу ее кабинета. Это все «дела» тех самых «потребителей».

И зная то, что для предпринимателя ВРЕМЯ ДОРОГО, родилась целая когорта «потребителей-террористов». Они терроризируют персонал химчистки. Придираются к несуществующим мелочам. Просят почистить еще 5—7 своих вещей бесплатно, а иначе грозятся «написать заявление в КЗПП». Предприниматели, понимая, что ВРЕМЯ ДОРОГО, идут им на уступки.

Но это мелочи!

Есть деятели, которые приносят и сдают в химчистку свой старый, разваливающийся на глазах лисий малахай, а при приемке вещи делают удивленные глаза, страшное лицо и поднимают хай на весь торговый центр, типа: «Да у меня была новая шапка из лисы! Что вы мне подсунули! Вы мою шапку испортили!». И добиваются-таки, чтобы им новую шапку купили. Но в большинстве случаев, они «согласны взять компенсацию деньгами».

С шубами происходит такая же история. Требуют взамен новую шубу, потому что «та, которую я сдавала, была „ну только что из магазина“, а вы мне ее испортили». И получают снова компенсацию.

Есть еще более ужасные истории. Дело в том, что ГОСТы, писанные для химчисток, были придуманы в советское время. Тогда и ткани были другие и качество – на высоте.

Сейчас ГОСТы остались, а одежда, выпускаемая «в подвале, на Малой Арнаутской», качественней почему-то не стала.

Однако, данная проблема наших чиновников не волнует. ГОСТ есть – работайте. А то, что одежда может начать разлезаться под воздействием перхлорэтилена, или у нее вдруг произойдет сход красителя, так это вопросы к производителю. Но таких вопросов наш «потреб-

⁷ ЗПП – Защита прав потребителей

террорист» производителю почему-то не задает. Он свои вопросы адресует исключительно химчистке.

И ей, бедной химчистке, приходится отдуваться за себя и «за того парня». А «тот парень» может находиться за 5000 км. от этой химчистки и с хитрым китайским прищуром смотреть на кучу тюков с новой партией одежды, которой суждено тайными контрабандистскими тропами быть доставленной в Москву, на рынок «Садовод». И потом, с этого рынка, расползтись по всей нашей необъятной Родине.

Бывают истории такие, что сдает женщина шубу в химчистку, а потом получает обратно. Чистую, с выстиранным подкладом. Деньги платит. Улыбается. И все ее устраивает. Только вот через несколько дней она вдруг, «очнувшись от наваждения», бежит в ту химчистку и требует деньги обратно, потому что ей **показалось**, что шубу ее никто не чистил. Хотя, в самом деле, ничего ей не показалось, просто кто-то надоумил ее вернуть деньги и получить услугу бесплатно.

Ей, естественно, показывают документы и уверяют, что такого быть не может. Она же требует обратно деньги и грозит написать заявление, которое вскоре и пишет. Прямоком в прокуратуру. Мол, мошенники! Обманули!

Прокуратура «спускает» это дело до отдела полиции. И целый штат трудится, расследуя «дело вселенского масштаба». Результаты расследования женщину не удовлетворяют и она подает новое заявление в прокуратуру, а потом еще одно. И вновь наша доблестная полиция расследует и изводит тонны бумаги, чтобы дело это запротokolировать и зафиксировать.

Женщина довольна. Она удовлетворяет свое эго. Государственная машина крутится и исполняет возложенные на нее функции. А директор химчистки ходит в полицию, дает показания. И пишет, пишет и пишет....

История №23. Про владелицу транспортной компании

Мой основной бизнес – это консалтинг. Я помогаю другим бизнесменам развиваться, нахожу ошибки в их бизнесах, «дыры», через которые утекают деньги собственника, а также провожу иные мероприятия, направленные на неуклонный рост прибыли.

Я не один. И у нас существует целое сообщество консультантов. Мы общаемся, делимся успехами и неудачами, помогаем друг другу.

Так вот, к одному моему коллеге-консультанту обратилась девушка. С проблемой. У нее был бизнес. И вдруг этот бизнес перестал приносить доход. Это вся вводная информация. Консультант же должен был решить проблему, а именно – как быстро увеличить доходы бизнеса.

Работа консультанта состоит в том, чтобы задав много вопросов, выяснить истинную причину проблемы. Затем поставить правильный диагноз. А после этого назначить грамотное «лечение» бизнеса.

Так вот, после долгих отговорок, наш консультант «клещами» вытянул из девушки всю правду.

А правда такая:

Бизнес ее состоял в том, что она оказывала услуги грузоперевозок одной известной сети дискаунтеров (магазины единой цены). В своем регионе, естественно.

В управляющей компании этой сети в данном регионе находилась ее подруга, которая и отдавала ей все заявки на грузоперевозки. Имела подруга с этого что-то, или не имела, история умалчивает.

При этом у самой владелицы транспортного бизнеса не было даже ни одной своей машины. Все наемные.

Однажды приехал главный управленец сети магазинов и провел кадровую чистку в регионе. «Зачистил» он и подругу нашей бизнесменши. И бизнес ее рухнул в один день. Потому что цены ее на услуги грузоперевозок были, мягко говоря, не очень рыночными. Отличались они сильно от рыночных. И, как выяснилось, далеко не в меньшую сторону.

Что тут можно сказать? В данной ситуации ни один консультант в мире не поможет. Потому что самое страшное в любом бизнесе, это цифра 1. Один клиент, один канал продаж, и так далее. Клиент «отвалился» и бизнеса не стало.

История №24. Про страховку и склад

Если кто-либо из вас хоть раз в жизни оформлял страховку, то прекрасно помнит процесс этого действия. Страховка, при этом, может быть абсолютно любая. Это может быть и ОСАГО, и КАСКО и страховка дома, или квартиры от пожара и потопа, а также любая иная страховка.

Когда ты приходишь в страховую компанию оформляться и **отдавать** деньги, то тебе все мило улыбаются, наливают чай/кофе, предлагают присесть на диванчик, и окружают тебя заботой и вниманием.

Стоит только произойти страховому случаю, как тебе уже никто не улыбается. Персонал смотрит на тебя волком, тебя подозревают во всех смертных грехах и пробивают по базе мошенников. Не найдя тебя там, страховщики еще больше насупливаются, думая, что ты мошенник, но пока еще не вскрытый и не занесенный в базу.

Потом оказывается, что надо собрать 57 важных и 38 не очень важных документов, чтобы тебя начали рассматривать в качестве пострадавшего. Процессы все максимально затягиваются и чай/кофе уже никто не предлагает. Для «заявленцев» даже отдельные кабинеты есть, чтобы не пугали клиентов в зале, отдающих деньги.

Однажды, когда мне не возвращали законом положенную часть от страховки (ОСАГО), я сказал, что пойду в суд и на законном основании получу со страховой компании не только оставшиеся деньги, а также пени, согласно Закону о защите прав потребителей, а еще и расходы на юриста, что в разы больше чем сумма, которую мне должны.

Страховщики отвели меня в сторону и шепнули: «Вы наш старый клиент, мы вас любим и поэтому рассказываем. Дело в том, что нам ⁸РСА запрещает вот так вот напрямую выплачивать положенные вам деньги. Только через суд. Да, мы знаем, что это незаконно, что мы получим больше убытков. Но ничего не можем поделать. РСА не разрешает нам отдавать вам просто так то, что вам положено по закону»

Ну, речь-то в данной истории не обо мне. Я просто обозначил общую тенденцию работы Российских страховых компаний. Алгоритм работы прост, как игра на кубызе: «туда (в страховую) деньги нести можно и нужно, а вот оттуда (из страховой) деньги получить очень сложно и иногда невозможно».

История произошла с моим клиентом из Краснодара. Одна крупная страховая компания предложила ему застраховать склад, где у него хранился товар на несколько десятков миллионов рублей. Логично все и понятно. И дело, в самом деле, нужное.

Он и застраховал. Исправно выплачивал страховую премию несколько лет. И однажды случилось то, что могло случиться, но чего никто не желал: ни мой клиент, ни страховая компания. А именно – склад загорелся.

К чести пожарных, приехали быстро и потушили начавший разгораться пожар. Товар был испорчен. Но не весь. К счастью.

И вот на ту самую сгоревшую часть товара, имевшую стоимостное выражение и обратился за возмещением мой клиент.

Как это всегда бывает, страховая компания затребовала с него 78 документов. Затем долго и тщательно изучала каждый документ, сам склад. Потом проводила опросы сотрудников, беседы с пожарными и полицией.

А в итоге в выплате отказали. Причину называть не буду, по определенным обстоятельствам. Но могу сказать однозначно и точно, что отказать в выплате могут фактически любому, кто подобную страховку приобретет.

⁸ РСА – Российский Союз Автостраховщиков

И самое страшное во всех этих «страховых упражнениях» то, что деньги ты платишь сразу, быстро и заранее. А вот страховое возмещение ты, даже если и получишь, то будет это спустя долгие-долгие месяцы (у кого-то и годы). При этом выплату будут всякими путями стараться уменьшить насколько это возможно.

Я много раз читал интервью руководителя РСА, смотрел и читал речи директоров страховых компаний.

80% их речей сводится к следующему:

- Надо поднимать тарифы. Всегда. Потому что страхование убыточно.
- В России большинство тех, кто страхуется, отъявленные мошенники, которые «дерут, как липку» бедные страховые компании, поэтому надо оградить страховщиков от действий этих лиц.
- Люди в России малограмотные, поэтому не покупают страховки.
- Страховые компании России и сотрудники, в них работающие – это честнейшие, кристальной чистоты люди, в жизни своей ни разу не обманувшие никого.

Самое интересное в том, что я легко и непринужденно могу поднять продажи любой страховой компании как минимум на 20%. Это на первом этапе. А на втором – еще на 20%. И в этом нет ничего сложного. Это возможно, хотя и звучит фантастически и нереально.

История №25. Про пропавшие приборы

Несколько лет назад один бизнесмен возил из Москвы в Казань приборы. Дорогие приборы. По цене около 25 000 руб. за штуку.

Чтобы получать хорошую цену, нужно было выполнять план по закупкам. И в какой-то момент наш бизнесмен закупает несколько приборов на сумму в 300 000 руб. По тем временам – деньги огромные.

Приборы отправляются транспортной компанией. Называть ее не буду, ибо она у всех на слуху.

Поставщик, отправляя эти приборы, получает накладную от ⁹ТК и отправляет скан накладной нашему бизнесмену. Бизнесмен через пару дней (а от Москвы до Казани всего 850 км.) звонит в ТК и интересуется, пришел ли его товар. В ответ слышит «нет». Он звонит на четвертый день и на пятый и на шестой и на седьмой. Товара нет. Как в воду канул.

Накладная есть, подписи и печать ТК есть, а товара нет. Дело пахнет керосином.

Бизнесмен едет лично разбираться в ТК. Там свою вину признают, но деньги выплачивать отказываются под кучей разных предлогов.

Предлагают возместить «за счет грузоперевозок», мол «вы еще приборов своих закажете в Москве, а мы их бесплатно будем перевозить».

Т.е. не то чтобы бесплатно, а в счет того долга в 300 000 руб., который возник в результате того, что приборы эти в ТК куда-то испарились.

Куда они могли деться – неважно. Важно то, что ТК рогом уперлась и денег не отдавала. А «расплачиваться» этими грузоперевозками при интенсивности закупок нашего бизнесмена и сумме потерянного товара им пришлось бы чуть больше сотни лет.

Я намеренно не буду рассказывать, чем закончилась данная история. Потому что суть не в этом, а в том, как пострадал бизнесмен и из-за чего он пострадал.

⁹ ТК – Транспортная компания

История №26. Про таможду, которая «берет добро»

Как известно из одного фильма: «таможня дает добро». Только, как выяснилось, дает она его неохотно, нечасто, не всегда и не всем.

Эта история произошла в одном из субъектов Российской Федерации. Не в Москве и не в Питере. И даже не во Владивостоке. А в том скромном месте, где таможня вроде как и не нужна. Никаких границ рядом нет. Ничего нет. Но таможня, тем не менее, есть.

Что там люди делают на работе в этой таможне, мне неизвестно. Но на работу ходят регулярно и также регулярно **получают зарплату**.

Один бизнесмен занимался транспортным бизнесом. Бизнес этот весьма нервный, тяжелый и не очень прибыльный. Но наш бизнесмен верил в Страну, в Президента, в Законы и поэтому наращивал ВВП в силу своих возможностей и способностей.

Дорос он до того, что смог позволить себе купить грузовик «Мерседес». Не новый, конечно. Подержанный. Но немецкие подержанные машины почему-то служат в 7—8 раз дольше, чем наши новые. Объяснения этому феномену нет до сих пор, но знание сие помогает немцам наращивать продажи своих грузовиков ежегодно.

Мерседес был куплен в Калининграде. Там же и на него повесили номера. Стал тот Мерседес кататься: туда-сюда и обратно. То выедет из Калининграда, то обратно заедет, вобщем, как грузы найдутся.

Но однажды, на одном из постов, схлестнулись честный водитель и не очень честный инспектор ДПС, который хотел с водителя денег, а водитель их отдавать не хотел, ибо знал, что дача взятки должностному лицу строго карается по Закону.

Тогда инспектор ДПС, решив «наказать строптивного», вызвал таможню. Потому что номера были калининградские, а грузовик находился в субъекте РФ, несколько отличавшемся от Калининградской области.

Таможенник, прибывший на «место преступления», при виде такого «нарушения» засиял, как хорошо начищенный пятак. И тут же отправил Мерседес на таможенную штрафстоянку.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.