

СУБЛИЗИНГ, ИЛИ КАК Я УКРАЛ СВОЙ БИЗНЕС

ИГОРЬ БОНДАРЕНКО

Игорь Бондаренко

**Сублизинг, или Как
я украл свой бизнес**

«Издательские решения»

Бондаренко И.

Сублизинг, или Как я украл свой бизнес / И. Бондаренко —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-501984-4

Вы не просто уверены, а точно знаете, что начать свой бизнес, не вложив в дело значительных средств, не взяв кредитов или не продав любимую машину, невозможно? Вы полагаете, что бизнес без больших вложений не принесет вам хорошей прибыли? Вы думаете, что незаконные схемы ведения бизнеса эффективнее законных? Если вы ответили «да» хотя бы на один из этих вопросов, то эта книга для вас, потому что я расскажу в ней о сублизинге — бизнес-модели, которая разрушает все стереотипы!

ISBN 978-5-00-501984-4

© Бондаренко И.
© Издательские решения

Содержание

Глава 1	7
Глава 2	9
Глава 3	16
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Сублизинг, или Как я украл свой бизнес

Игорь Бондаренко

© Игорь Бондаренко, 2019

ISBN 978-5-0050-1984-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

С благодарностью и любовью посвящаю эту книгу моей маме

Мне бы хотелось начать эту книгу с шокирующего признания. Я украл бизнес. Да-да! Не удивляйтесь! Мало того, я проделал это не один и не два раза, я продолжаю заниматься этим и сейчас. Я научился красть чужие бизнесы и приносить пользу тем людям, у которых краду... Скажете, что это невозможно? Ошибаетесь! Метод, который я назвал Сублизинг, позволяет быть в выигрыше всем. WIN-WIN! Проигравших нет, есть только победители! С помощью Сублизинга собираю людей в одном месте, объединив их усилия, организую их в едином направлении, присваиваю себе их умения и навыки и, за счет их знаний, создаю свой собственный бизнес, одновременно дав этим людям возможность заработать.

Я принял решение написать книгу о своем новом бизнес-методе, чтобы доказать: есть простые и ясные дороги, по которым можно прийти к успеху.

Не буду учить вас, как надо настраивать себя на богатство и процветание. Моя цель – рассказать о том, какими способами мне приходилось зарабатывать деньги; как я пришел к умозаключениям, которые, как я уверен, будут полезны не только мне. На основе своей собственной истории я постараюсь вдохновить вас пойти по моему пути.

В этой книге расскажу о тех интересных и нестандартных способах заработка, которыми я пользовался. Моя история начинается с того времени, как мне исполнилось семнадцать лет, то есть, с того возраста, когда люди уже начинают действовать осознанно, правильно оценивая свои поступки и анализируя результаты.

Надо признать, что я совершил огромное количество ошибок, но старался сделать каждую из них только один раз. Глубоко уверен, что путь к результату лежит только через ошибки, поэтому мое основное правило звучит так: **лучше сделать и пожалеть, чем не сделать и переживать о том, что не сделал.**

Так же и вы, продвигаясь по пути к успеху, будете получать результаты. Они будут классные и интересные, но вы неизбежно будете совершать ошибки. Это самая правильная вещь, которая в итоге и приведет вас к желаемому итогу. Из десяти действий, которые я совершал, к результату приводили два, не больше. То есть только двадцать процентов попыток эффективны. Однако прикиньте сами: чем больше попыток – тем лучше результаты. Так я сформулировал свою собственную теорию успеха в предпринимательстве.

С возрастом, накопив определенный опыт, я стремился к тому, чтобы мои деловые начинания приводили не просто к прибыли, а к стабильному доходу. Мне хотелось, чтобы мой бизнес не требовал каких-то дополнительных компетенций, углубления в процесс, новых знаний. Все должно было быть четко, ясно, понятно. Для меня также важно, чтобы мое дело имело перспективы, развивалось, приносило новый интерес, я не хочу останавливаться на каком-то одном этапе и довольствоваться достигнутым результатом. Смысл бизнеса в развитии, в новых возможностях.

Вот тогда я сформулировал для себя принципы Сублизинга, которые и позволили мне достичь поставленной цели. В этой книге я хотел бы раскрыть суть Сублизинга. Авторское написание термина я хотел бы сохранить за собой, тем более что смысл слова вполне ясен –

«бизнес на субаренде». Это понятие помогает объяснить саму суть этого дела и отстраниться от других сходных видов деятельности.

(фото 2)

Кстати сказать, книга о Сублизинге – тоже метод продвижения, который я хочу протестировать опытным путем. Мне хотелось бы понять, смогу ли я заинтересовать читателей, будет ли интересна моя история и к каким результатам может привести этот способ распространения моих идей. Это тоже эксперимент, своеобразная проверка ниши, способ получить новый оригинальный результат. Надеюсь, вам будет интересно читать, и книга не просто развлечет вас, а принесет плоды в вашей деятельности.

Этот текст написан для того, чтобы максимально популяризировать идею Сублизинга, дать читателям самое полноценное представление об этой бизнес-модели, а также расширить само это понятие новыми способами применения. Вероятно, что вы, мои читатели, придумаете какие-то новые оригинальные формы применения Сублизинга – выгодные и полезные как для потребителей, так для арендаторов и создателей бизнеса. И тогда я пойму, что на данном этапе моя цель достигнута.

Недавно я задумался над текстом песни Басты «Сансара», в которой есть такая строчка: «...учитель продолжается в своем ученике». Эти слова очень вдохновляют меня продолжать свою историю и делиться опытом с последователями, ведь их со временем становится все больше. Именно поэтому я очень хотел бы вручить вам, моим читателям, те инструменты, которые позволят добиться верного результата. Для меня самое важное и самое необходимое в жизни – знать, что люди достигают значительных успехов, используя мой опыт.

Читайте эту книгу и получайте результат, такой же, как и я, а может, и больший!

С уважением, Игорь Бондаренко

Глава 1

Задумал и сделал: мой собственный опыт

Свою книгу я решил начать с реальной истории, произошедшей со мной в самом начале пути по формированию идеи Сублизинга. К тому моменту я уже пять лет занимался бизнесом, связанным с арендой. Этот случай, а также несколько других, последовавших за ним, полностью изменили мой взгляд на бизнес и продемонстрировали, что я создал новую бизнес-модель, обладающую неоспоримыми преимуществами в сравнении с другими известными бизнес-моделями.

Просто представьте себе, что благодаря ей я сумел заработать больше миллиона всего за два месяца!

У одного моего хорошего знакомого имелось в собственности двухэтажное помещение, которое он предложил мне в аренду. По сути, он сдавал только первый этаж и просил за него сто тысяч рублей в месяц, а второй уровень просто прилагался в нагрузку – делай с ним, что пожелаешь! Я посмотрел помещение и у меня начала формироваться идея о том, как его использовать. Я согласился на условия приятеля и стал претворять свой проект в жизнь.

Самое лучшее, что можно было разместить в этом помещении – «Дом быта», место, где жители близлежащих домов могли бы получить помощь в хозяйственных вопросах. Согласно принципам Сублизинга (в то время они были еще не полностью сформулированы и проверены в деле), я должен был собрать на своей площади несколько субарендаторов, а именно индивидуальных предпринимателей, которые предоставляют клиентам бытовые услуги. Для этого я разделил арендованное помещение на несколько частей и пересдал их разным предпринимателям.

Признаюсь, что тогда мне улыбнулась удача – первый этаж очень быстро заняла аптека. На тот момент она приносила порядка 120 тысяч рублей в месяц. На втором этаже арендованного помещения «сели» мастерская по изготовлению ключей, ателье по пошиву одежды, курсы английского языка и страховая компания «РЕСО». В общей сумме помещение стало приносить 230 тысяч рублей. За минусом 100 тысяч аренды, а также налоговых отчислений и зарплаты уборщицы, у меня оставалось порядка 110 тысяч рублей чистой прибыли.

На организацию и «заселение» этого «Дома быта» я потратил месяц. Спустя еще тридцать дней я решил продать свой «Дом быта» как готовый бизнес – предприятие работало как часы, а я испытывал потребность в финансах для развития своих новых проектов по системе Сублизинг. Разместил объявления на «Авито», расписал механику получения прибыли. Вскоре ко мне обратился заинтересовавшийся человек, который вскоре и купил это предприятие. Интересно, что тот самый «Дом быта» работает до сих пор, а мой покупатель имеет постоянный доход!

Думаю, вам интересно знать, как я рассчитал цену своего дела? Элементарно! Берется арендная плата за месяц и умножается на 10—12, то есть на период гарантированного существования этого бизнеса. Соответственно, я взял сумму в 110 тысяч и умножил на 12, получив цифру чуть больше миллиона трехсот тысяч. Соответственно, с вычетом налогов, моя прибыль за продажу этого магазина составила миллион двести тысяч рублей!

То есть, я заработал 1 200 000 рублей всего за два месяца!

Эта схема показалась мне довольно интересной: можно создавать такие нестандартные бизнес-решения, объединять людей по спецификации и продавать бизнес другим людям, зарабатывая хорошие деньги всего за пару месяцев!

Именно эту систему я назвал Сублизингом, а со временем доработал ее, обкатал на множестве новых бизнесов и убедился: я создал полезную и удобную схему, коммерчески интересную и перспективную.

Проработав по системе Сублизинга уже около пяти лет, я могу уверенно заявить, что этот бизнес всегда ликвиден и неизменно пользуется спросом. Одна из основных тому причин – его прозрачность. Покупатель приходит в арендованное тобой помещение и видит всё: как это работает, как все устроено, каким образом предприниматель получает доход, как его увеличить, что может тому способствовать или помешать. В этой схеме нет подводных камней и скрытых ловушек, в отличие от, например, таких распространенных в России видов бизнеса как салон красоты или какой-то небольшой производственный цех.

...Чувствую, вам не терпится узнать, что дальше, потому расскажу подробнее о книге, которую вы сейчас держите в руках. Книга «Сублизинг, или Как я украл свой бизнес» будет интересна всем представителям деловой сферы: и предпринимателям, только начинающим своё дело, и тем, у кого уже есть свой бизнес.

Для организации своего предприятия по принципу Сублизинга необходимы не деньги, а только идея. Суть идеи заключается в объединении людей, работающих в одной сфере. Из этой книги вы узнаете, как работает Сублизинг и на какие принципы опираться, используя эту модель. Вы прочитаете, как находить наиболее интересные, маргинальные ниши для того, чтобы создать эффективно работающее предприятие и много других полезных вещей.

Если вы уже владеете каким-то видом бизнеса, но ищете новые пути продвижения, просто прочитайте эту книгу и вы поймете, куда держать путь. Здесь приведены примеры, показывающие, с чего начать дело на основе концепции Сублизинга, как максимально безопасно войти в этот вид бизнеса, как продолжать и успешно развивать его.

Здесь нет никаких пространных гипотез, нет абстрактного теоретизирования. Есть только конкретные объяснения и яркие примеры из личного опыта.

Глава 2

Бизнес на субаренде – постигаем азы

Для меня и моих коллег понимание того, что мы создали совершенно новый вид бизнеса, который позволяет начинать зарабатывать практически без финансовых вложений и приносит достойный доход, стало в какой-то мере прозрением и помогло прийти к тому, чем мы сейчас занимаемся и к тому, чем стали.

Для начала я дам определение этой модели бизнеса, а уже затем расскажу о нем, опираясь на более привычное понятие, – деловое предприятие, созданное на основе субаренды коммерческих площадей.

Сублизинг – это вид концептуального решения, направленный на объединение людей в одном направлении деятельности с целью последующей передачи площади в субаренду и извлечения прибыли.

Теперь пришло время передавать свой опыт – на страницах этой книги я делюсь своим знанием. Начав зарабатывать с помощью Сублизинга, это знание сразу поднимет вас на несколько ступенек выше того уровня, на котором стоял я в начале моего пути. Вам будет проще и легче достигнуть того уровня процветания, к которому вы стремитесь, и я искренне желаю вам этого!

В экономике есть такой термин – субаренда. Это означает, что арендатор какого-то, обычно недвижимого, имущества переуступает на некоторое время свои права владения помещением (территорией, строением) другому арендатору. Обычно это делается с целью получить какую-то прибыль. Все отношения между собственником, арендатором и субарендатором закрепляются в договорах; каждый получает то, что хотел получить.

Объяснить это понятие можно на примерах. Допустим, студент приезжает из родного города в столицу, снимает квартиру неподалеку от своего вуза, но вскоре понимает, что самостоятельная жизнь обходится ему дороговато, а просить помощи у родителей стыдно. Тогда он сдает одну из комнат арендованной квартиры приятелю, который платит ему, скажем, треть от суммы за всю квартиру. Студент по-прежнему отвечает перед хозяйкой квартиры за сохранность имущества и оплачивает счета ЖКХ, но все-таки снижает свои расходы.

Переведем наши рассуждения в коммерческую область. Допустим, директор фирмы арендует у владельца бизнес-центра этаж для размещения своего офиса. Со временем он понимает, что бухгалтерия и HR-служба прекрасно поместятся в одном кабинете, а освободившуюся площадь можно сдать в аренду субарендатору, например, туристическому агентству. Агентству идеально подходит освободившийся кабинетик, а директор получает какую-то сумму за сдачу в аренду ранее арендованного им помещения. Таким образом он оптимизирует свои расходы.

Бывает и по-другому. Застройщик возводит бизнес-центр, его полностью арендует некий предприниматель, делит на части (площади) и сдает их в субаренду другим предпринимателям, которые хотят открыть свои торговые точки именно в этом месте. Обычно в этом случае сумма, которую первый арендатор платит застройщику, гораздо выше той суммы, которую получает тот же арендатор от своих субарендаторов.

Вы спросите: «Значит, арендатор искусственно поднял цену на площадь, не вложив в свой „бизнес“ ни труда, ни денег?» В данном случае, так оно и есть, но субарендаторы тоже не лыком шиты! Догадавшись, что они переплачивают за субаренду, предприниматели просто перенесут свои магазинчики в соседний торговый центр, где стоимость квадратного метра ниже, так как их сдает в аренду сам собственник помещения, без промежуточного звена и посреднических накруток.

Иными словами, этот вид бизнеса не так уж прост, как кажется. Если вы хотите ничего не делать и получать за это деньги, то надо поискать какую-то другую сферу (есть предположение, что найти такое дело не удастся). А вот если вы правильно выстроите схему своей деятельности, разработаете разумный план, поймете желания и стремления своих будущих клиентов-субарендаторов, то смело вкладывайте в свой бизнес силы, навыки, умения, а также средства. Ваше дело, однозначно, пойдёт!

Разберемся с нюансами бизнеса на субаренде, это поможет нам понять, что такое Сублизинг и разобраться, почему это **оригинальный уникальный бизнес-концепт**. Например, один из важнейших навыков предпринимателя, строящего свое дело на субаренде, – это умение проводить глубокий анализ рынка недвижимости. Изучив полученные данные, можно понять, стоит ли арендовать какую-то конкретную торговую площадь или лучше отказаться от этой идеи.

По сути, деловое предприятие и начинается с анализа рынка недвижимости, а если вы решите строить свое дело на принципах Сублизинга, то этот навык должен быть развит у вас по максимуму.

Выбирая объект аренды, определитесь, насколько удачно расположен торговый центр:

- есть ли поблизости метро или остановки общественного транспорта;
- каков тип района: деловой, спальный, промзона;
- наличие учебных заведений (это особенно важно, если вы планируете открыть продуктовый магазин или ресторан, так как есть правила, ограничивающие продажу спиртного вблизи школ);
- перспективы развития района (строятся ли новые здания, дороги, парки, скверы и так далее; будет ли расти население, открываются ли новые офисы крупных предприятий и пр.);
- какое количество людей проходит мимо центра и зависит ли трафик от времени суток;
- есть ли поблизости поставщики тех самых услуг, для которых вы будете оборудовать свой ТЦ;
- есть ли поблизости подобные торговые комплексы, какова их заполняемость, сколько стоит квадратный метр и т. д.

Ответив на эти вопросы, можно с уверенностью определить – стоит ли вообще искать недвижимость в этом районе и, если да, то какой должна быть стоимость квадратного метра в торговом центре.

У предпринимателя, который занимается вопросами аренды, должно быть до автоматизма отработано умение оценивать объект недвижимости:

- возраст здания и степень его обветшания;
- расположение: первая линия, во дворах или...
- внешний вид, привлекательность постройки;
- внутренняя отделка (понадобится ли ремонт и насколько серьезный);
- инженерные сети (нужны ли замена электрики, ремонт вентиляции и прочее);
- внутренняя «нарезка» залов (надо ли ставить/сносить стены);
- рассчитайте заранее, сколько отделов вы сможете разместить здесь в будущем.

Полученные данные необходимо отразить в цифрах, в суммах и внести в свой бизнес-план. Замечу, не так уж и важно, написан ли он «от руки» в блокнотике, либо занесен в специальную компьютерную программу или вы пока что «держите» его только в голове...

Возможности этого вида деятельности на этом не исчерпываются. После оценочного теоретического этапа наступает время решительных действий. Посмотрим, с чего начинать, и что включает в себя этот вид деловых мероприятий.

Правовые отношения

Все отношения между собственником, арендатором и субарендаторами основываются на действующем законодательстве. Проще говоря, интересы сторон, их обязанности, взаимоотношения и возможные пути развития взаимного сотрудничества должны быть отражены в договорах. Если у вас есть опыт в деловой сфере, вы знаете, что никто из партнеров не планирует ссориться, но конфликты неизбежно случаются, и в случае их возникновения все стороны должны понимать, как правильно поступить, чтобы избежать негативных последствий. Возможно, читателям может показаться, что этот пункт не должен быть в списке первым, но в критической ситуации всё решает только грамотно составленный договор.

Подготовка площадей для субарендаторов

Суть Сублизинга не в том, чтобы снять коммерческую площадь, разделить ее на небольшие отделы и пересдать нескольким предпринимателям. Нет. Суть в другом: вы должны стать организатором нового бизнеса в одной сфере, объединить людей, связанных одним интересом, одной деловой спецификацией. Думайте об этом в тот момент, когда начинаете новое дело и тогда всё у вас получится.

Арендатор должен позаботиться о своих потенциальных клиентах, предвосхитив их потребности еще до того, как начнет предлагать сотрудничество.

Прежде всего он (согласно договору с владельцем) несет ответственность за пожарную безопасность, за функционирование систем водоснабжения, канализацию, охрану. Часто арендатор также должен разбираться с парковками, складскими помещениями, гаражами. Представьте себе такую ситуацию: в один прекрасный день в торговый центр приезжает инспекция пожарной безопасности и обнаруживает нарушение правил! Инспекторы не будут слушать заверения в том, что вы прямо сейчас тут всё и исправите, они не могут подвергать риску здоровье и жизнь проходящих в ТЦ людей, поэтому члены комиссии, не медля ни минуты, закроют торговый центр на определенный в правилах срок. Что сделают субарендаторы? В первую очередь выразят вам свое осуждение, ведь теперь они простаивают и теряют деньги, а виноваты только вы! Если происшествия подобного рода случаются регулярно, то ждите, что торговый центр быстро опустеет.

Другая сторона заботы об субарендаторах заключается в том, что каждый торговый отдел должен быть оборудован определенным образом. Вряд ли предпринимателю понравится помещение без освещения, без электророзеток, да еще и в зоне, где нет доступа к телекоммуникационным услугам. Хороший Wi-Fi в офисе – это сейчас важнее, чем наличие корпоративной парковки! В наше время большинство торговых предприятий имеют свои представительства в виртуальном мире – если не полноценные сайты, то хотя бы паблики в социальных сетях. Предприниматели продают товар и общаются и покупателями онлайн, таково требование современного мира.

Немаловажно обеспечить чистоту и безопасность в помещениях для субарендаторов. Для этого необходимо нанять штат уборщиков или заключить соглашение с клининговой компанией. Что касается охраны, то и на этом экономить не стоит, так как в бизнес-центре хранится огромное количество ценного имущества, которое часто даже не застраховано. В случае пропажи или порчи вещей, принадлежащих субарендатору, неприятности гарантированы!

Отдельная услуга, которая может пригодиться как вашим субарендаторам, так и другим клиентам – современно оборудованный зал для деловых мероприятий самого разного уровня. В качестве субарендаторов может выступить фирма, которая организует визиты бизнес-тренеров, психологов-мотиваторов и даже политических лидеров. Также можно сдавать конференц-зал на несколько часов – по сути, тот же вид субарендаторского бизнеса.

Хороший тон для торгового центра – организация общей кухни или столовой для субарендаторов, так как запахи еды плохо сочетаются с ароматами салона красоты, ювелирного отдела или магазинчика элитного чая. Гораздо разумнее предоставить сотрудникам возмож-

ность нормально пообедать, нежели постоянно стыдить их за то, что они жуют прямо на рабочих местах, за своими столами, параллельно общаясь с клиентами.

В некоторых случаях арендатор может предложить своим клиентам аренду торговой мебели, витрин, манекенов и другого оборудования.

Кстати сказать, большинство бизнесменов, зарабатывающих на субаренде, включают дополнительные расходы в стоимость квадратного метра торговой площади.

Специализация сдаваемых площадей под определенные виды предпринимательской деятельности

Этот бизнес может быть гораздо шире, нежели организация торгового центра. И в этом случае я должен заметить, что вот сейчас мы начинаем приближаться к основной нашей теме – Сублизингу.

На арендованной территории можно организовать фитнес-центр, который будут заниматься (арендовать) тренеры со своими группами, согласно заранее составленному расписанию. Это же помещение подойдет для проведения лекций и семинаров – надо лишь убрать спортивный инвентарь, расставить стульчики, повесить экран для презентации.

Можно оборудовать зал для салона красоты и сдавать мастерам в субаренду кресло и столик с зеркалом. Большинство умельцев из «красивого бизнеса» владеют собственным инвентарем, удобным персонально для их специализации, поэтому можно не тратить на покупку фенов и парикмахерских инструментов. Есть отличные примеры работы массажных салонов, организованных по этому же принципу; арендатор готовит места для массажистов – ставит кушетки, необходимую мебель, разделяет их перегородками и сдает в аренду. Один из очень выгодных видов бизнеса на аренде – предоставление офисных помещений.

Как видите, этот вид бизнеса – довольно серьезно дело, требующее времени, сил и затрат. Подведем итоги:

- Этот вид предпринимательства требует *правильной оценки коммерческой недвижимости*, исходя из оценки перспектив экономического развития района размещения ТЦ, а также качественных характеристик самого объекта недвижимости.

- *Сублизинг подразумевает объединение субарендаторов на основе их спецификации.*

- Основная задача арендатора – *обеспечить субарендатора всем необходимым для успешной коммерческой деятельности*. Надо помнить как о конкретной площади, которая сдается клиенту, так и о всей территории в целом, так как от этого зависит работа торгового центра в целом.

- Бизнес на субаренде *не обязательно ограничивается сдачей в аренду торговых площадей*. Можно подготовить помещение для услуг разного рода – массажных, косметологических и так далее.

Итак, мы подошли к понятию Сублизинга и сворачивать с этого пути уже нет никакого смысла. Что же это такое – **Сублизинг** – и чем он отличается от представленного выше бизнеса?

Можно сказать, что Сублизинг – это бизнес на субаренде, но с творческим подходом. Причем под творческим подходом подразумевается коммерчески направленная креативность, когда предприниматель не просто создает то, что считает полезным, а разрабатывает точно выверенную концепцию будущего бизнеса, закладывая в свою идею потенциальное развитие нового предприятия.

Приведем такой пример из нашей с коллегами деятельности. В тот период, когда я поднимался от этапа бизнеса на аренде на новый уровень, Сублизинг, стало совершенно очевидно, что новая бизнес-концепция позволяет решить несколько задач.

Во-первых, благодаря Сублизингу каждый предприниматель получает в руки инструмент для начала интересного бизнеса, который приносит доход здесь и сейчас, а также обещает неплохие перспективы в будущем.

Во-вторых, с помощью этой концепции построения бизнеса появляется возможность не погружаться в какой-то род деятельности с головой, а делегировать узко специализированные задачи людям, которые собаку съели в своей области. Действительно, всех знаний в мире не получишь и лучше уж разбираться в своей области, нежели углубляться в каждую встречающуюся проблему (их на пути предпринимателя всегда немало).

В-третьих, благодаря такому подходу, мы можем позволить себе вести сразу несколько различных бизнесов одновременно. Если мы видим интересную задачу, то всегда располагаем необходимым ресурсом для ее решения.

Между строк замечу, что к тому моменту я уже около десяти лет занимался бизнесом в чистом виде и вот уже пару лет как отказался от всех видов предпринимательства, кроме Сублизинга – именно эта схема подходит мне и моим партнерам более других.

Итак, вернемся к нашему иллюстрирующему примеру. Один предприниматель побывал на выставке начинающих художников, в которой участвовали работы его старшего сына. Выставка ему понравилась, он решил прогуляться по району со своим юным дарованием и заметил изобилие самых разных образовательных учреждений: от школы искусств, где занимается его сын, до колледжа связи, окруженного толпой молодежи.

Каждый из нас когда-то учился в учебном заведении и может вспомнить себя в подростковом или юношеском возрасте – растущий организм постоянно хотел есть. Конечно, мы не голодали по-настоящему. Были столовые, то есть нам был обеспечен нормальный завтрак, обед, полдник и так далее, но постоянно ощущалась необходимость в подпитке дополнительными источниками энергии. Например, пончиками или булочками.

Вспомнив юные годы, проницательный предприниматель поинтересуется: «А есть ли в округе кафе, булочные, ларьки с выпечкой или фастфудом?» И если их нет (а их как раз не было в том районе!), то он обязательно задумается, как извлечь из данного факта пользу.

«А что, если...» – размышляет дальновидный бизнесмен, подыскивая глазами подходящее помещение.

... В центре района стоял небольшой торговый центр. В нем были отделы нижнего белья, бижутерии, одежды для полных дам, элитных подарков. Предприниматель осмотрел этот ТЦ, познакомился с владельцем торговых площадей и выяснил, что почти все предприниматели крайне недовольны тем, как идет торговля. И почти все они уже подыскивают новые точки продаж, намереваясь съехать. Нетрудно было догадаться, что бизнес не развивался, так как молодежь – большинство посетителей ТЦ – мало интересовалась нижним бельем и другими «взрослыми» товарами.

Вечером состоялось активное осмысление перспектив, что привело к ясному пониманию: в этом районе просто необходимо открыть ресторанный дворик, в котором объединятся на одной площади пекарня, магазинчик, предлагающий кофе с собой, будет работать бургерная, а также продаваться шаверма и фалафель.

(фото 9)

Заранее, еще на этапе планирования, предприниматель, работающий по схеме Сублизинг, всегда выясняет, как оборудовать будущее предприятие таким образом, чтобы его субарендаторам было хорошо и удобно торговать в этом месте. Для этого он консультируется с людьми, которые уже занимаются производством «быстрых блюд», интересуясь, как должна выглядеть кухня для приготовления блюд на вынос? Какое оборудование потребуется? Скорее всего, плиты и холодильники, раковины для мытья посуды и так далее. Все пожелания будущий организатор ресторана фиксирует в аудиозаписи, чтобы переслушать позже и обдумать.

Затем следует выяснить, какие документы понадобятся для предъявления в надзорные органы, как их получить, в какие сроки. Некоторое время уходит на изучение рынка и привлечения будущих арендаторов. Замечу кстати, что очень важно найти контакты со многими потенциальными партнерами. В любой момент кто-то из тех, с кем вроде бы уже есть договоренность об аренде, может отказаться, а площадь не должна оставаться пустой!

Примерно месяц уходит на работу с договором между арендующим площадь предпринимателем и владельцем торговой территории. Как уже говорилось выше, надо детально расписать права и обязанности сторон, учесть разные повороты событий и форс-мажоры.

В это время прежние арендаторы площадей ТЦ съезжают, освобождая пустое (порядком обшарпанное) помещение, требующее приличных вложений. Еще месяц обычно уходит на ремонт, разделение общей площади на отделы, поставку и наладку оборудования, организацию лаундж-зоны, где смогут посидеть за чашкой кофе с булочкой сотрудники и посетители торгового центра.

Попутно следует также договориться с администрациями образовательных учреждений о возможности размещения небольших рекламных плакатов на досках объявлений. В своих буклетах следует представить потенциальные хиты продаж ресторанного дворика, рассказать об акциях. Это важнейшая часть работы организатора бизнеса, так как он должен обеспечить трафик, посещаемость ресторанного дворика или другого предприятия. От себя добавлю, что иногда предприниматели, работающие по бизнес-концепции Сублизинг, не уделяют должного внимания этому аспекту, но так быть не должно.

После всех проверок и комиссий предприниматель получает право открыть ресторанный дворик и этот волнительный момент наступает!

Можно не сомневаться, что на данный момент бизнес-идея определена правильно. Ситуация просчитана и на перспективу: государственные колледжи, школы, детские центры, спортивные клубы для молодежи редко закрываются.

Расчет сразу же подтвердился практикой. В начале работы ресторанного дворика выяснилось, что родителям, которые ждут детей после занятий, тоже понравилось проводить время в лаундж-зоне. А как только появилась точка доступа Wi-Fi, банкоматы и детская зона с аниматором для малышей – посетителей стало в полтора раза больше. Как видите, если вложить силы, ресурсы, а главное – мыслить творчески, успех прилетает словно бы на крыльях.

А в его основе – Сублизинг!

На основе приведенного примера гораздо проще увидеть, чем хороша эта концепция по сравнению с обычным бизнесом на субаренде.

Сублизинг:

- предприниматель изначально видит будущий бизнес и создает его, исходя из потребностей рынка, а не просто готовит помещение для случайных субарендаторов;
- организатор будущего бизнеса объединяет субарендаторов, которые ведут свой бизнес в какой-то единой тематике;
- предприниматель заранее просчитывает плюсы коммерческой недвижимости и строит свое дело, опираясь на полученные данные;
- предприниматель целенаправленно собирает будущую команду субарендаторов, понимая их потребности и цели, организуя их совместную деятельность;
- предприниматель берет на себя рекламу будущего предприятия, заранее обеспечивая своих субарендаторов трафиком потенциальных покупателей клиентской базой.

Как видите, работая по схеме Сублизинга, изначально приходится вкладывать в свое дело гораздо больше сил и средств, чем в других случаях, но эти затраты быстро окупаются. И вот по каким причинам: Сублизинг обеспечивает больший контроль за развитием нового бизнеса, возможность корректировок, единое руководство деятельностью субарендаторов. Например, изначально организатор бизнеса не планировал устраивать в ресторанном дво-

рике детскую развлекательную зону, но когда понял, что это важно, сделал бэби-корт, моментально увеличив число клиентов за счет семей, которые приходят поесть и отдохнуть вместе с детьми. В результате предприниматель получает успешное предприятие, которое приносит доход, а субарендаторы – новые возможности развития. И не надо забывать о главных покупателях – местные школяры и их родители теперь могут вкусно перекусить и провести время в приятном местечке.

Теперь, когда основная суть понятия «Сублизинг» ясна, следует ответить на очень важный вопрос: какие еще преимущества дает эта бизнес-концепция?

Глава 3

Почему именно Сублизинг?

Эта книга написана для людей деловых и практичных, продумывающих свои действия на несколько шагов вперед, поэтому стоит сразу обсудить самый важный вопрос: почему я считаю, что Сублизинг – перспективный вид бизнеса?

Скажу больше: Сублизинг – это вид малого бизнеса, который фактически лишен недостатков. Это утверждение кажется вам неубедительным? Тогда читайте дальше!

Преимущества бизнес-модели «Сублизинг» можно разделить на две основные группы:

- для предпринимателя;
- для экономики в целом.

Начнем с первой группы – ни один деловой человек даже не подумает заниматься новым бизнесом, если он не увидит в нем практической выгоды и интересных перспектив, а иначе нет никакого смысла начинать деловое предприятие.

Сублизинг не требует большого стартового капитала

Отсутствие необходимости больших вложений представляет собой большое преимущество, которое часто перевешивает все другие аргументы, ведь предприниматель обычно не располагает бездонными карманами, наполненными пачками денег. Брать кредит тоже не всегда хочется – его придется отдавать с процентами! В системе Сублизинга все иначе – вам только надо заплатить владельцу помещения, а также провести ремонт помещения за свой счет. И всегда есть возможность оптимизации расходов. Допустим, у вас есть возможность купить строительные материалы по низкой цене, вы обладаете навыками штукатура или дизайнера. А может, умеете ловко торговаться и у вас получится снизить цену аренды?..

Врезка:

Есть и такой вариант. В некоторых случаях – например, если вы арендуете неликвидное помещение – можно договориться с владельцем об отсрочке платежа или разбивке выплаты за аренду на несколько частей. Как говорят финансовые консультанты, получить «каникулы». Этот же способ поможет привлечь интересных для сотрудничества субарендаторов – им также можно предложить «каникулы» по платежам за субаренду. Но только в том случае, если вы можете позволить себе сделать подобный широкий жест!

Назвать конкретные цифры для примера этого преимущества Сублизинга довольно сложно, но я встречал таких предпринимателей, которые исхитрились обойтись суммой в 50 000 рублей! Впрочем, это исключительные ситуации и большая удача. Тем не менее, сравните (цены 2019 года, по личным наблюдениям автора): для открытия колбасного цеха необходимо около миллиона рублей, кофейни – около двух миллионов, большого автосервиса – пять миллионов.

Быстрая окупаемость

Вторым по значимости приоритетом Сублизинга следует назвать быструю финансовую окупаемость. Владелец начинает получать деньги от субарендаторов уже через месяц после запуска бизнеса. В зависимости от того, какой род деятельности он избрал, **чистая прибыль становится возможна уже через 3—5 месяцев после начала делового предприятия.**

В этом пункте важно подчеркнуть следующее: вы должны заранее составить бизнес-план и загодя продумать все возможные форс-мажоры.

Небольшие трудозатраты на всех этапах

Несмотря на то, что Сублизинг сложнее, чем обычный бизнес на аренде, когда арендатор вообще может ничего не делать с помещением (но при этом он вряд ли сумеет достойно

заработать), он не требует глобального применения сил. Арендатор должен найти помещение и подготовить его для будущих субарендаторов согласно тому концепту, который он создал.

Врезка:

Важно понять, что одному человеку трудно одно, а другому – совсем иное. Беритесь за бизнес по концепции «Сублизинг», если вы любите организовывать, продумывать, если обладаете способностью творчески подходить к своему бизнесу. Смотрите на ситуацию, помещение, людей, которые живут и работают в данном районе. Анализируйте информацию. Что нужно людям? За какую услугу или товар они готовы заплатить уже сейчас? Есть идея – просчитайте ее досконально, убедитесь, что она сработает. И смело воплощайте!

По мере того, как механизм делового предприятия раскручивается, а затем начинает работать, владелец бизнеса вкладывает в него все меньше усилий. Со временем предприниматель ограничивает свою деятельность контролем за работой системы в целом и решением споров, если они возникают.

(Фото 4)

Независимость бизнеса

Начиная бизнес по принципу «Сублизинг», вы получаете полную свободу воплощать все свои идеи и получать законную прибыль. Все решения принимаются только вами, вы не ждете одобрения своего плана, не обязаны отчитываться за проведенную работу. Вам просто не перед кем отчитываться!

Наверняка большинство из тех, кто когда-либо работал под руководством других людей, испытывал желание получить самостоятельность. Пусть это означает повышение уровня ответственности, но такова цена независимости.

Врезка:

И еще один момент. Обычно в бизнесе бывает так: чем выше независимость, тем больше риск. Партнер, «материнская» компания и другие вовлеченные в ваш бизнес люди делят вместе с вами ответственность за начатое дело, но если вы работаете самостоятельно, то и поддерживать вас в случае каких-то неприятностей окажется некому. Но Сублизинг – исключение из этого правила. Эта бизнес-модель абсолютно устойчива и независима.

Невысокий уровень риска

Нельзя сказать, что, начиная строить свое дело по системе Сублизинга, предприниматель полностью защищает себя от неудачи. В случае ошибки он потеряет вложенные материальные средства и время, что иной раз гораздо печальнее потери денег.

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.