

# Магия роста малого бизнеса

## практическое пособие

Дмитрий Чарков

# **Дмитрий Чарков**

# **Магия роста малого бизнеса**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=26921364](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=26921364)*

*SelfPub; 2017*

## **Аннотация**

Магия требует усилий: взмахнуть жезлом, приготовить отвар, обнаружить заветный камень... Как наделить жезл силой, где собрать ингредиенты для магического зелья или корректно составить формулу заклинания? А если ваша область волшебства – в собственном бизнесе, то используйте соответствующий этому направлению набор магических манипуляций: управляйте своим продуктом, управляйте своими сотрудниками и своим собственным временем – будьте до конца волшебником своего дела!

**Магия роста малого бизнеса**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

**Между Ковеном и наковальней**

**О чём это всё**

**Часть 1. Доход – Расход = 0**

**1)**

**собственник и его отношение**

**Иллюстрация 1 «Агентам НЕ...»**

**2) персонал «конторы»**

**3) рекрутмент**

**Иллюстрация 2 «Старт-ооп!»**

**4) избавление от «балласта»**

**5) по единым стандартам**

**Иллюстрация 3 «Изучая креденцалии»**

**6) подходящая структура**

**7) элементарная логистика**

**8) «в полях»**

**9) бюджеты**

**Иллюстрация 4 «Её первый, блин»**

**10) система мотивации**

## Часть 2. Структурированный бизнес

1)  
предпосылки для углубленной реструктуризации  
Иллюстрация 5 «Весёлый гном»

2)  
роль IT в коммуникациях и удаленном управлении  
3)

уровень регулярного менеджмента  
Иллюстрация 6 «Олигар-Х-рены»

4)  
внеплановая инвентаризация ТМЦ

5)  
представительские расходы

6)  
исполнительская дисциплина  
Иллюстрация 7 «Г-н Пендель, волшебник»

## Часть 3. Расчетный проект нового коммерческого направления – пример диверсификации существующего бизнеса

- 1) резюме
- 2) цели и задачи проекта
- 3) услуга
- 4) план маркетинга
- 5) план производства
- 6) организационный план
- 7) финансовый план

Иллюстрация 8 «Факторинг по-русски»

Часть 4. Магия эстетики бизнеса

Иллюстрация 9 «Кукиш»

Приложения

– к Части 1:

– «Роза ветров» делового управления

– Функциональное зонирование по единицам исполнительской ответственности

– Расторжение трудового договора по инициативе работодателя

– Рейтинговый анализ кандидатов по компетенциям на открытые вакансии

– Описание вакансии: организационный ассистент

– Должностная инструкция организационного ассистента

– Акт об отказе сотрудника от письменного ознакомления с распорядительным документом

– Приказ о применении дисциплинарного взыскания в виде замечания

– Приказ о применении дисциплинарного взыскания в виде увольнения за прогул

– Кодекс деловой этики

– Положение о премировании работников

– Регламент использования средств сотовой связи

– Коммерческая тайна – обязательство о неразглашении и перечень сведений

- Договор о полной материальной ответственности
- «Основы менеджмента и управленческого взаимодействия»: содержание обучающего курса
- Матрица функциональной ответственности
- Линейно-функциональная организационная структура
- Схема зонирования склада
- Понятийные термины структурированного сбыта
- Профессиональный портрет должности
- Уровни представительских контактов
- Годовой бизнес-план по основной продукции
- Система материального стимулирования сотрудников бухгалтерии

– к Части 2:

- Уровневое распределение управленческой нагрузки по видам деятельности
- Структура топ-менеджмента
- Организационная структура управления
- Матричная организационно-функциональная структура
- Положение об организационной структуре
- Аналитическая записка по концепции развития IT-направления компании
- Стандарты разработки, изложения и оформления нормативных актов
- Положение о кадровой политике
- Положение об Административной дирекции

- Положение об отделе сбыта
- Регламент делегирования полномочий Генерального директора руководителям высшего звена
- Регламент проведения внеплановых проверок финансово-хозяйственной деятельности и инвентаризаций товарно-материальных ценностей в структурных подразделениях компании
- Положение о представительских расходах
- Порядок контроля за исполнительской дисциплиной

– к Части 3

Таблица 3.1

Таблица 3.2

Таблица 3.3

Таблица 3.4

Таблица 3.5

Таблица 3.6

Таблица 3.7

Таблица 3.8

Таблица 3.9

Таблица 3.10

Таблица 3.11

Описание 3.1. Технологический процесс производства

Таблица 3.12

Таблица 3.13

Таблица 3.14

Таблица 3.15

Таблица 3.16

Таблица 3.17

Таблица 3.18

Таблица 3.19

Описание 3.2. Сроки окупаемости и уровень рентабельности проекта. Таблицы 3.20 – 3.25

## **МЕЖДУ КОВЕНОМ И НАКОВАЛЬНОЙ**

Куй железо, не отходя от кассы.

*«Бриллиантовая рука»,  
излюбленный принцип «Шефа»*

После успешного дебюта нашей совместной работы с Сергеем Романенко «Чёрный конверт пуст...» авторов не покидало ощущение недосказанности в раскрытии темы материальности всего окружающего: то, что Душа-Дух-Тело имеет материальную основу, различаясь между собой внутри этого триединства лишь по «тонкости» собственной организации, не подлежит сколь-нибудь аргументированному сомнению, и сие можно уверенно принимать за объективный факт.

Но что может быть более материальным «в физическом плане», нежели собственно «материальные блага»? Откуда они берутся? Что обуславливает их движение, насколько оно



сбалансировано, чему подчинено, кем регулируется и направляется? Или чем? Кем и чем, и почему? Когда и сколько, как быстро?

Вокруг бродит просто масса опубликованных теорий «о привлечении денег», заговоров «на создание денежных потоков», оберегов «против материальных потерь», и было бы неразумным и весьма самонадеянным отрицать *некую энергетическую* взаимосвязь между природными артефактами – полудрагоценными минералами, камнями, например, или травами и связующей их *мыслью* – и определенным пространственным сдвигом, как следствие молитвы, в пользу обогащения или банкротства. Более того, авторы искренне верят в существование такой причинно-следственной цепи. Но..! Любое энергетически направленное действие на объект (а здесь объект, как можно без труда догадаться – это деньги) ничто без субъекта – то есть того, кто и как «вибрирует», выражаясь эзотерическим термином, создавая и преумножая те самые материальные блага.

Очевидно, что помимо заговоров и оберегов – то есть общей позитивной энергетики – желательно ещё и весьма физически «повибрировать»: создавать товар или услугу, добавляя своим трудом к её стоимости, не считите за прямолинейный и откровенный марксизм. Но мы же материалисты, хоть и разноплановые!

После участия в телевизионном проекте «Битва экстрасенсов», снимаемого по законам развлекательного жанра,

многие его участники уже не могут вернуться к рутине, которая, как им кажется, сопровождала их на протяжении последнего времени, до проекта – появились новые открытия внутри себя, новые горизонты знаний и ощущений, новые перспективы. Экстрасенсы органично растворяются в новых для себя энергетических открытиях, начинают (или продолжают на ином качественном уровне) активно работать с людьми, консультировать всех, кто желает разобраться в парадоксах как собственного внутреннего мира, так и его взаимодействия с Мирозданием.

Каждый человек уникален. Но всех объединяет сопричастность с Высшим Разумом. Не последнее место в проблемах и заботах людей занимает именно вопрос материальной сущности благополучия – где та грань между магией и рутинным трудом, которая создаёт обильный денежный поток и позволяет его наращивать, делая своё пребывание здесь независимым и наполненным конкретными целями, помогая тем самым и окружающим – создавая рабочие места и проявляя иного вида заботу о ближнем.

И вот перед вами труд – практические рекомендации по развитию и упорядочению собственного дела, основанные на многолетних наблюдениях и выстраданном опыте ведения российского бизнеса, с конкретными примерами и моделями действий. Автор отталкивается не от стартапа: как начать свой бизнес – это уже «старый заезженный винил», доступный теперь даже школьнику.

Я начинаю с другого. А вот об этом «другом» данных в доступном для понимания формате пока очень и очень немного...

## О ЧЁМ ЭТО ВСЁ

Нет смысла нанимать толковых людей, а затем указывать, что им делать. Мы нанимаем людей, чтобы они говорили, что делать *нам*.

*Стив Джобс*

Когда в очередной раз слышишь ещё от одного собственника подрастающего бизнеса сакраментальное «Что делать?» и непереносимые при этом эпитеты в адрес собственной команды, суть которых, после предварительной литературной обработки, сводятся к «полной невменяемости и неадекватности наемного персонала», то уже нет места заблуждениям относительно общего «диагноза по больнице»: человек пришел-таки к выводу, что он уже не в состоянии самостоятельно контролировать все процессы и всех своих сотрудников, к чему он так привык и чем дорожил больше самого святого – возвратного НДС – и что пришло время X. Но «бес-толочи» пока об этом не догадываются: они только чувствуют по вторичным признакам (хмурое из-за дня в день настроение босса, скрежет его зубов при подписании очередной

премиальной ведомости, частая смена личных внедорожников с одновременной стагнацией кадров в секретариате), что «подгнило что-то в Датском королевстве», несмотря на очевидный рост бизнеса и расширение зоны влияния на локальном рынке.

Одни злые языки, как правило, связывают это с проблемами в личной жизни босса, другие – менее злые – с тайным намерением «кинуть» кредиторов, третьи, злые только потому, что добрых в бизнесе попросту не бывает, кивали на подросшую за последние полгода дебиторку. Наивные, они всё сами видели, но определить не могли, *что* в действительности происходило – неотвратимо, из месяца в месяц, от отчета к отчету: их «контора» трещала по швам; и не потому, что «подгнила», а как раз наоборот – оттого что выросла из младенческих памперсов. Там, где нужно было поставить «плюс», многие недальновидно диагностировали «минус» – и только потому, что «всех тут колбасит».

– Я ничего не успеваю, дружище, а все как назло стали вместо реальных отчетов слать такую ахинею, что хоть увольняй каждого второго за пофигизм.

И немного погода:

– Матрица Эйзенхауэра – чушь. Весь тайм-менеджмент – сплошное надувательство, лишь бы бабки за тренинги выкачать!

Опытный бизнес-консультант станет согласно кивать и терпеливо ждать момента Y, когда «объект будет морально

готов» услышать «о наступлении времени X», и радостные тому последствия: *реструктуризация бизнеса* в целях дальнейшего роста.

И менее радостные – *противостояние персонала* грядущим переменам.

А совсем уже печальные – *делегирование полномочий* чужим, казалось бы, людям.

Но всё вместе, в общем-то, не так уж и трагично, поскольку приводит однозначно к *оптимизации функционала*, что, в свою очередь, влечет за собой более экономичное распределение активов и ресурсов – людских, финансовых, совершенно недвижимых и самых мобильных – которые имелись в распоряжении «конторы».

Впрочем, всегда есть выбор, и многие его берут за основу: оставить всё как есть и не заморачиваться организационной оптимизацией и развитием бизнеса, своей миссией перед народом (создание новых рабочих мест и активов – а как же!) и надуманными амбициями. При этом продолжая:

– искать регулярно новых сотрудников взамен постоянно увольняющихся «подготовленных кадров», полагая, что те «зажрались, неблагодарные», хотя, на самом деле, они просто выросли из прежних профессиональных штанов, а новые однозначно с «этим буржуем» им не светят;

– разрываться сразу по всем фронтам управленческого функционала, и не факт, что эффективно – как с профессиональной точки зрения, так и с позиции ожиданий партнеров

и контрагентов: невозможно одновременно быть и классным рекрутером, и божественным менеджером по мотивации, — ибо это тоже самое, как если бы проктолог взялся компетентно полечить вам слуховое отверстие привычным ему инструментом;

— пенять на нехватку времени вместо того, чтобы самому влиять на него: растягивать, сужать, перемещать в территориальном пространстве — только ради этой власти над секундами и неделями стоит научиться оправданно «спихивать» дела на доверенных подчиненных — иногда абсолютно чужих людей, то есть совсем не родственников;

— отказаться от идеи обзавестись теми самыми *доверенными* подчиненными, и только потому, что при отсутствии позитивного мышления никто никому доверять не может, ведь в реальном бизнесе этот постулат принят как бы *по умолчанию*.

Какое может быть позитивное мышление, если перечисленные выше рутинные дела не выводят вас из стресса, который приобретает форму хронического? Выброс в пространство раздражения и обреченности...

Пообщавшись вдоволь с собственниками своего дела, маленького и не совсем (но собственного!), кто приходил на консультацию с единственной целью — *изменить бизнес* к лучшему, в итоге приходишь к выводу, что есть смысл объединить разобщенные фрагменты наблюдений в стройную систему взглядов, изложить их тут в виде текста с примера-

ми, не обременяя читателя обильными научными и фантастическими диаграммами и таблицами – их и без этого полно в интернете, при желании легко найти.

В этой книжке – живой опыт, со всеми его казусами и нестыковками, но однозначно в итоге *успешный*. Приводимые ситуации и наглядные эпизоды – повторяющиеся изо дня в день во всех уголках планеты, которые лишь слегка варьируются в действующих лицах и форме собственности; но, поверьте, управленческие решения – это всего лишь способность креативно мыслить только *в кажущихся* нестандартных ситуациях. На самом деле все ситуации подчинены одним и тем же экономическим и управленческим законам, и если у вас есть сложившаяся *система* реакции и отражения её в практическом менеджменте, то всё решается – плодотворно и с чувством *полнейшего* удовлетворения.

Об этом и не только пойдет речь ниже.

Основное повествование и «Иллюстрации» в книге изложены от первого лица и одновременно как бы глазами стороннего аналитика – это для остроты передачи внутренних эмоций, то есть более глубокого и персонифицированного понимания читателем ситуации, которой посвящено то или иное событие или «Иллюстрация». Совсем не значит, что кто-то из авторов сказал именно так, выпил именно это и именно при тех самых обстоятельствах, которые описаны. Но, с другой стороны, и не факт, что взятый из жизни эпизод не прочертил яркую полосу в чьей-либо из нашей с ва-

ми биографии, создав тем самым уникальнейший опыт, который мы, обобщив, и предлагаем с искренним уважением ниже вашему вниманию.

## **Часть 1**

### **ДОХОД – РАСХОД = НОЛЬ**

#### **1) собственник и его отношение**

– ... Ваша цель: в шестимесячный срок убыточный бизнес филиала превратить в прибыльный.

– Ресурсы?

– Полный карт-бланш. За исключением каких-либо дополнительных денежных вливаний: «ноль» в квадрате.

– Структура бизнеса?

– Хотя мы и называем предприятие «филиалом», на самом деле это местный частный бизнес, входящий в группу компаний: есть налаженные каналы поставок, каналы сбыта и отрегулированные схемы расчетов. Нет только положительной динамики, а быть должна.

– Результаты финансового аудита?

– Если б тупо воровали, то пригласили бы не вас, уж будьте уверены.

– Количество сотрудников?

– Пятнадцать– двадцать, в зависимости от сезона.

– Директор всего этого хозяйства..?



– Имеется. Он же владелец бизнеса там, на месте. Человек адекватный, но... недальновидный, если говорить политкорректно.

– Структура филиала?

– Директор всё хозяйство контролирует сам.

– Что, все 20 человек ему напрямую подчиняются?

– Совершенно верно.

– Система бюджетирования? Доходы, расходы, движение денежных средств?

– Как таковая система отсутствует.

– Система мотивации персонала?

– Платит людям, как бог на душу положит. Что-то по окладу, а что-то вне его – и вне единого социального налога, разумеется.

– Текучесть кадров?

– Есть костяк, который уже лет пять-семь единой командой работают, а есть сотрудники – например, склад, продажи – которые постоянно меняются.

– Инвентаризация товара регулярная?

– Утверждает, что да, но на деле – есть сомнения: остатки один в один совпадают с учетом, даже пересортицы нет.

– Так не бывает в жизни.

– Вот именно.

И вот я в качестве исполнительного директора, нанятого управляющей компанией, постараюсь за шесть месяцев изменить жизнь к лучшему в отдельно взятой коммерческой

организации – по сути, в локальном малом бизнесе.

Суть его – спецодежда и средства индивидуальной защиты в оптовом сегменте рынка, с перспективой развития собственной розницы (так называемый сегмент «B2C», буквально «наш бизнес для клиента») и корпоративного направления («B2B» – «наш бизнес для другого бизнеса»).

Положение на рынке – лидирующее в рамках всей федеральной сети, а вот в данном конкретном региональном бизнесе – лишь четвертые.

Собственник местного бизнеса, он же директор филиала – немолодой уже дядька старой закалки, достаточно добродушный, несколько озабоченный фактом отрицательной динамики по росту доходов и весьма озадаченный тем обстоятельством, что к нему приставили «надсмотрщика» сверху. Таким образом, первая задача – донести, что я не враг, и показать, что деловая жизнь, а, главное, её результаты могут быть гораздо лучше, чем есть сейчас.

Хуже всего, когда человеку и не надо, чтобы было лучше – ему как бы и так комфортно, а на рабочем столе – сплошное камильфо. Но моё дело – отработать гонорар, а для этого он, директор, мне нужен в союзниках, а не в противниках. Помня, что у каждой медали есть две, а то и три и даже четыре позиции (две стороны, ребро, и зависание в воздухе), приступаю к завоеванию позитивного отношения к себе. Запасной мотив при отсутствии здоровых амбиций у объекта – это его страх, который нужно сформировать:

– Как насчет... ответственности за использование чужих ресурсов?

– Каких ресурсов?

– По филиалу финансовый результат за прошлый год – минус полтора миллиона, за текущее полугодие прогноз «минус девятьсот тысяч», то есть по итогам года – миллион восемьсот. Если нарастающим итогом – три триста. Не пугает? Это означает, что мы тратим больше, чем зарабатываем.

– Ну, так вот... спроса нет.

– Да не важно, на самом деле – есть он или нет. Важно, что товар-то мы взяли с отсрочкой платежа, вроде продали уже, и его нет – склад пуст, а деньги за него всё равно остались должны. Чем отдавать-то будем?

– Другую партию продадим и рассчитаемся.

– Втридорога, что ли, продадим и покроем сразу убытки?

– Постараемся.

– Так спроса же нет. Кому втридорога продавать? Сами-то мы, поди, не покупаем воду для офисных сотрудников втридорога, когда есть другие – адекватные – предложения?

Так, шаг за шагом, формируется беспокойное отношение объекта к своей якобы своей «нормальной» жизни: отказаться-то от его услуг управляющая компания не может, так как на локальном уровне все деловые связи лежат именно через него, а без них – нет не только перспективного бизнеса, но и надежды на то, чтобы вернуть утраченное и преумножить завоеванное. Таковы российские реалии – впрочем, во всём

мире так.

И это вовсе не забота о дорогом и верном партнере: ничего личного – только бизнес.

Местный директор начинает, наконец, нервничать и волноваться. Переходим к конкретному ответчику за все деяния:

– В конце концов, вам дают товар в долг, но это может людям надоесть, раз они не видят от вас перспективы.

– Я с Пашкой уже восемь лет в этом бизнесе!

(Пашка – Павел Алексеевич – это самый крутой босс, президент группы компаний, который и нанял меня через своих подчиненных наладить дела в этом своём «филиале».)

– Когда к вам сосед каждый месяц приходит за десяткой, а отдает только восемь – вы долго ему займы давать будете? Верно, на третий месяц засомневаетесь. А если на отпуск с семьёй хватать не будет – попробуете вернуть свое кровное. А если сосед расписки писал – так и в суд на него недолго, лихоимца... верно? Бизнес бизнесом, а денежка врозь!

Как правило, звонок директора «своему другу Пашке» ничего не приносит – Пашка или на рыбалке в открытом океане, или на совещании у другого Президента (Того Самого)... в общем, недоступен, и почва подготовлена, сомнения в «жизнь состоялась» заложены и прорастают – ну, как минимум, местный директор не мешает, а зачастую даже очень помогает.

С другим, амбициозным типом местечковых директо-

ров-собственников, работать с одной стороны проще, потому что они понимают важность задачи, с другой – осложняет дело их зачастую непомерный гонор, и рассуждают они примерно так: видеть-то проблему вижу, а ничего поделать не могу, но это не значит, что я глупей тебя, друг-исполнительный директор.

Ну, глупей-не глупей, а нам тут никому ничего доказывать в этой области и не нужно вовсе – смысл?

### *Иллюстрация 1*

#### **АГЕНТАМ НЕ...**

...Изумруды и рубины осыпаются дождём.

Если хочешь быть богатым,  
Если хочешь быть счастливым  
Оставайся, мальчик, с нами:  
Будешь нашим королём!

Р.Саакянц, *«В синем море»*

Я подошел к парадному входу трёхэтажного офисного здания и, перед тем как войти, ещё раз обернулся, чтобы удостовериться, что втиснутый между двумя иномарками мой

неприметный представитель отечественного автопрома всё ещё находится в первозданной целостности и относительной сохранности. Неделю назад случился неприятный казус, когда я, открывая дверцу, слегка задел припаркованную рядом «Мазду» – никаких видимых последствий на кузове соседа не было, и на моей «Ниве» тоже, но разбирательств хватило на десять неллицеприятных минут оживленного диалога с владельцем «японки», с упоминанием действующих цен на косметический ремонт и возможных последствий простоя его автомобиля в автосервисе. Претензии были беспочвенны и слабо аргументированы – кулаками махать не хотелось, а знакомый инспектор дэ-пэ-эс, как выяснилось в процессе общения, оказался самым знакомым инспектором в городе. На том и разошлись.

В холле здания было довольно-таки прохладно – работал кондиционер, и контраст с уличным зноем вполне мог стать причиной банальной простуды, поэтому я почти бегом преодолел два лестничных пролёта и, машинально пригладив волосы и поправив галстук, тактично постучал в дверь офиса, на которой висела табличка: «Отдел по работе с персоналом». Не дожидаясь ответа, я вошёл и, быстро окинув взглядом небольшое помещение, втянул в себя смесь всевозможных ароматов духов и разом выдохнул:

– Добрый день, у меня назначено собеседование на пятнадцать-ноль-ноль.

Одна из девушек слева подняла глаза от монитора:

– Здравствуйте, вы Афиноген Ильич? Проходите, присаживайтесь.

Я с улыбкой шагнул к её столу и присел на краешек стула. Девушке на вид было лет двадцать пять – двадцать семь, с весьма правильными и пропорциональными чертами лица. Она держала карандаш в левой руке, с этой же стороны располагалась и мышь компьютера.

– По-моему, я вовремя, – резюмировал я и добавил: – Вы чудесно выглядите.

Карие глаза девушки в неожиданном и коротком замешательстве сделали характерное движение вправо-влево, и мне уже представлялось вполне определенно, в каком ключе следует строить свою речь – передо мной был типичный представитель творческих кинестетиков. Во многом общение с этим психотипом всегда было в забаву, но, с другой стороны, существовали ограничения к прагматичному ведению диалога.

– Спасибо, – ответила она ровным голосом. – Меня зовут Елена Кардышева, в компании я отвечаю за подбор персонала. Насколько я понимаю, вы претендуете на вакансию «Директор подразделения продаж» в одном из предприятий нашего холдинга.

Я утвердительно кивнул.

– Отлично. Давайте побеседуем. Что в вашем понимании означает термин «прямые продажи»?

Этот вопрос не был неожиданным – он подавался у любо-

го потенциального работодателя, занятого в частном бизнесе, под тем или иным соусом.

– Чувствую, что я выражу не только своё личное мнение, если скажу, что прямые продажи – это один из способов, или технологий, обеспечения дистрибуции товара предприятия посредством прямых контактов с потенциальным покупателем, клиентом или конечным потребителем – в зависимости от рынка сбыта, на котором оперирует данное предприятие. По форме они могут быть активными или пассивными, тактически – агрессивными или оперативными. Субъектом коммуникации выступает торговый представитель или коммерческий агент. Готов обсудить проблемы телемаркетинга, – уверенно отпарировал я.

Елена слушала, согласно кивая время от времени головой.

– По вашему резюме: вы когда-то три года отработали торговым агентом в табачной компании. Насколько вам знакома фраза «Агентам не беспокоить»?

Я снова улыбнулся:

– Очень знакома. Можно сказать, это бич всех торговых представителей. Правда, к «табачникам» это имеет не совсем прямое отношение...

– Я понимаю. Но вы себя всё же ощущаете торговым агентом?

Вопрос показался мне достаточно провокационным – с одной стороны, в подчинении Директора по продажам находятся торговые специалисты, и их руководитель, несомнен-



но, должен знать специфику изнутри, а с другой – он призван в первую очередь быть организатором их работы, ответственным за конечный результат.

– Должен признаться, что в душе каждый из нас – кто вполне коммуникабелен, заметьте! – чувствует себя коммерсантом, в той или иной степени...

Елена опять не дала мне договорить:

– Не могли бы вы ответить кратко – да или нет?

– Ну... собственно... если вы так ставите вопрос...

– Именно так.

– Да, конечно.

– Что значит «да, конечно»? – переспросила она. Её манера вести интервью начинала меня несколько задевать. При этом тональность её голоса и сдержанно-отрешенный формат общения напоминал автоответчик с бесстрастным «Извините, линия перегружена» и «Двери закрываются». Я нервно сжал и разжал пальцы и ответил:

– Я чувствую себя агентом в первую очередь, а затем уже...

– Тогда вы наверняка обратили внимание на довольно-таки объёмное объявление в холле, при входе – то самое, о котором мы с вами говорили только что – «Агентам не беспокоить»?

Разумеется, я не помнил, было ли при входе такое объявление – не было нужды рассматривать интерьер, когда мне точно было известно, что встреча на втором этаже.

– Безусловно. Такие детали замечаешь непроизвольно – это, можно сказать, профессиональный рефлекс, каким бы шрифтом не...

– Если вы профессиональный агент, по вашим же словам, и видели это объявление, то почему вы здесь?

Вопрос совершенно сбил меня с толка. Я внимательно посмотрел на кадровичку, которая с не меньшим вниманием ожидала моей реакции – причем, казалось, совершенно искренне уверенная в абсолютной адекватности своего вопроса. Я даже вдохнул запах, исходящий от неё, но алкоголя в нем витало ровно столько, сколько содержится в одном-двум пшике парфюма, не более. Естественно, давать волю своим эмоциям здесь, на собеседовании, было бы нелепо.

– Вы намерены молчать, молодой человек?

Тут только мне пришло в голову, что это наверняка форма проверки коммуникативных навыков, и, быстро взяв себя в руки, я не нашёл ничего более уместного, как доверительно приблизиться ближе к столу, надвинуть на глаза неподдельную профессиональную искренность и еле слышно быстрым речитативом произнести в сторону её солнечного сплетения:

– Нет, конечно. Это всё запах... запах ваших духов – он напомнил мне одну сказку, очень романтическую и очень печальную на самом деле, ведь всем известно, что ничто не навеивает таких ярких и эмоциональных воспоминаний, как запах женщины и музыка – любая музыка, независимо от жанра и типа произведения – будь то классика или рок, но од-

нажды услышанная в определенной обстановке, при надлежащем свете и общем настроении... а я тогда был представителем весьма известной на рынке парфюмерии компании, и это, кстати, тоже отмечено здесь, в бумагах на вашем столе, и я был лучшим, но... этот запах, который я сейчас ощущаю, запомнился мне больше всех, поверьте, и я несколько даже растерялся, когда присел к вашему столу, Лена, честное слово – до того реальным мне представилась ситуация, хоть и давно она случилась, но – не поверите! – сейчас прямо-таки встаёт перед глазами, словно вчера только произошло, ну разве с вами не случались такие казусы, почти как чувство де-жа-вю, ей-богу; а, кстати, тоже где-то читал, что это чувство... вернее, объект, который вызывает такое чувство, сам обладает характерными признаками провидца – да-да, ни больше-ни меньше! – и способен совершать великие дела – не знаю, насколько это соответствует истине, поскольку сам редко сталкивался именно с людьми, ведь воспоминания вызывают в основном, как я уже говорил, запахи и звуки...

# 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.