



новые

РУССКИЕ АФЕРЫ

Александр Соловьев
Валерия Георгиевна Башкирова
Новые русские аферы

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=570755

Новые русские аферы: Эксмо, Коммерсантъ; Москва; 2010

ISBN 978-5-699-29301-8

Аннотация

Эта книга – о самых громких российских аферах последних двух десятилетий.

«Новые русские аферы» не смешны. Это не «смелые предприятия» эпохи «Компании Южных морей» и строительства Панамского канала. Это не изящные аферы «благородных жуликов» О'Генри и киноперсонажей Грегори Пека и Роберта Редфорда. Это не почти романтические комбинации Остапа Бендера, который как-никак чтит Уголовный кодекс, и даже не бухгалтерские махинации Корейко, который все-таки стеснялся «из тени в свет перелетать». Это аферы, соединяющие в себе фантазмагии Гоголя, гротеск Салтыкова-Щедрина и темные извивы человеческой души, которые так хорошо знали Сухово-Кобылин и Достоевский.

Содержание

От издателя	4
Часть I	7
Водка и паспорт для образованного помощника депутата	10
Доллар кавказской национальности	27
Амбивалентная вывеска	37
Левый фарш	49
Конец ознакомительного фрагмента.	58

Владислав Дорофеев

Новые русские аферы

От издателя

*Подумайте не о мертвых душах, а <о> своей
живой душе, да и с богом на другую дорогу!*

Н.В. Гоголь. Мертвые души. Том второй

Все уже украдено до нас.

К/ф «Операция „БГ“ и другие приключения Шурика»

Эта книга о крупнейших аферах эпохи рыночных реформ в России и о «делах», которыми ознаменовался процесс перехода к рынку, тех, что нельзя назвать аферами в прямом смысле слова, но от которых тоже пострадали миллионы людей.

Об удивительных и неповторимых схемах увода денег одними гражданами у других граждан и государством – у граждан России и других стран.

О мошенниках и мошенницах, жуликах и аферистах, казнокрадах и коррупционерах, которые эти схемы придумали и успешно реализовали, и об их покровителях на самом верху.

О тех, кто пострадал от российских афер двух последних

десятилетий – невинно или по причине собственной жадности и глупости.

О том, как расследовали эти аферы, как судили и наказывали преступников и как пытались найти украденное.

В книге три части.

В первой части («Комедия фальшивок») рассказывается об «обманках» российского рынка – фальсификациях и подделках всевозможных товаров: от спиртного до долларов, торговле «воздухом» и «удачных» маркетинговых ходах, позволяющих недобросовестным продавцам втюхивать доверчивым покупателям поддельные, вредные и даже не существующие в природе товары.

Во второй части («Фигуры российского рынка») речь идет об удивительных фигурах и коленцах, которые выписывал юный российский рынок, о таких масштабных «фигурах» «лихих 90-х» как Сергей Мавроди, Григорий Мирошник и Андрей Козленок, а также о самых обычных несунах, которым в рыночных условиях тоже есть чем поживиться.

Третья часть («Хотели как лучше...») посвящена особым «делам», которые в прямом смысле аферами назвать нельзя, но они сопровождались вольным или невольным «отъемом денег у населения», а также скандалами, шумными разоблачениями и отставками высших должностных лиц. Некоторые из этих «дел» (например, скандалы вокруг «чеченских» авизо и залоговых аукционов) можно считать «детскими болезнями» рынка, другие (как коррупция) – вечными, нераз-

решимыми российскими проблемами, третьи (либерализация цен и «шоковая терапия», лишившие граждан их вкладов в Сбербанке) – следствием грубых ошибок в управлении страной. Есть и «дела» (история с фирмой «Нога»), уходящие корнями в советское прошлое, и «дела» («исчезающий» транш), вся правда о которых, видимо, станет известна лишь в будущем.

Читать эти истории и смешно, и грустно. Смешно, потому что в конечном счете, лучший способ расстаться с прошлым (во всяком случае, с таким прошлым) – это посмеяться над ним. Грустно, потому что все то, что началось в «лихие 90-е», продолжается и сегодня: продаются фальшивки, строятся пирамиды, разворачивается казна. Только делается все куда тоньше, чем в эпоху дикого рынка, и потому страшнее.

Эта книга и забавна, и поучительна. Забавна, потому что истории об аферистах – это и приключения, и фэнтези, и детектив «в одном флаконе». Поучительна, потому что она учит тому, что в случае с аферами и мошенниками мирового масштаба история ничему не учит.

Часть I

Комедия фальшивок

Бди!
Козьма Прутков

С чего начинался российский рынок? С «Закона о кооперации» 1986 года, который разрешил свободное предпринимательство. С импортного барахла в киосках и ларьках («часы да трусы») и корявой продукции отечественных кооперативов. Но самое главное – с понимания того, что операция, которая раньше называлась спекуляцией и каралось законом, в новых условиях считается элементом «рыночных отношений» и всячески приветствуется. А то, что раньше втюхивалось доверчивым гражданам корыстолюбивыми продавцами в подсобках продмагов и универмагов, ушлыми мужичками у выходов из метро и цыганками на рынках, сегодня можно открыто продавать как «товар».

А у товара помимо просто стоимости, в условиях рынка выражающейся в цене, есть еще стоимость потребительная. А потребительная стоимость – это качество продукции. Но кто в 1990-е годы контролировал качество? Особенно товаров массового спроса? Да и что знало население огромной страны, десятилетиями жившее в условиях тотального дефицита, о качестве?.. О качестве оно, может быть, знало немно-

го, но зато твердо усвоило: все, что привозится из-за границы, по определению лучше «нашего». Вот и наводнили страну поддельные джинсы и левое спиртное, «французские» духи, вызывающие удушье, и чреватая экземой «фирменная» косметика.

Дальше больше: спрос определяет предложение. У человека ведь есть и более серьезные потребности, чем тряпки и еда. Например, высокооплачиваемая работа и отдых за границей. Да мало ли что еще? Все это можно было заработать, потратив кучу времени и сил на учебу и работу, а можно было получить без труда, просто купив нужные бумажки, и не обязательно настоящие – благо умельцы в России не переводились никогда.

Шли годы. Цены на нефть росли... После эпохи «дикого рынка» наступили годы тучные. Люди повидали мир, обросли жирком. Научились отличать отечественные и китайские подделки от качественных товаров. Но и продавцы не стояли на месте. Потребителей отпугивает рыночная дешевка? А если выдавать все тот же китайский ширпотреб за таможенный конфискат? Настоящие товары известных брендов чудовищно дороги? А если заработать на «качественных» подделках, тоже недешевых?

И все-таки подделка товара это еще не высший пилотаж. Высший пилотаж – продажа того, чего не существует в природе.

Во все времена находились и продавцы, и покупатели фи-

лософского камня, эликсира вечной молодости, лекарства от всех болезней, рецептов счастья и богатства. В 1990-е годы в Россию пришли «Гербалайф» и БАДы. Но и Россия кое-чем обогатила мировой опыт в области «торговли воздухом» – красной ртутью, например.

Продавать вообще надо уметь, а продажа «воздуха» требует особого таланта. Это занятие – настоящее искусство. Впрочем, существуют и вполне научные методы «втюхивания». Сетевой маркетинг, например. А что делать? Не обманешь – не продашь. А если речь идет о «воздухе», верно и обратное: продашь – обманешь.

Водка и паспорт для образованного помощника депутата Подделки 1990-х

*Остерегайтесь подделок!
Народная мудрость*

Рынок – это изобилие товаров. Но товар товару рознь. Произвести качественный (и при этом желательно дешевый) товар непросто, с этим и сейчас, спустя почти 20 лет после перехода к рынку, в стране не очень-то. А в начале 1990-х, когда народ не был избалован, продать можно было почти все, хотя бы отдаленно напоминающее товар. И соответственно, купить – водку, паспорт, диплом о высшем образовании. И даже удостоверение депутата Госдумы.

Absolutная фальшивка

Что вы делаете, когда к вам неожиданно приходят гости? Правильно. Идете за бутылкой.

В конце 1990-х спиртное где только не продавалось! В ларьках и киосках. В переходах. У старушек рядом со станциями метро. Ну и в магазинах, конечно. Если продавец был вашим знакомым, он мог сказать: «Из уважения к тебе ни

за какие деньги свой товар не отдам. Разве можно употреблять эту гадость? Ею только тараканов морить». Хорошо, если кто-то мог предупредить об опасности. А если нет?

Тем более что в любой торговой точке глаза разбегались, и с каждой бутылки если не Григорий подмигивал, то Петр Великий или Екатерина зазывно улыбались. И на всех бутылках было написано «REAL Quality». О привычных «Столичных» и «Русских» вам любой школьник мог рассказать. А вот к «импортным» напиткам было отношение особое. Люди были убеждены, что в нашей стране продают самый абсолютный «Абсолют».

В начале 1990-х Россию накрыло волной поддельного «Абсолюта». Он изготавливался не штуками или ящиками – целые заводы работали. Йеран Линдквист, в то время шеф международного концерна Vin & Sprit, производителя «Абсолюта», рассказывал: «Для нас рынок сбыта играет неоценимую роль. В Швеции „Абсолют“ начал производиться в 1879 году и с каждым годом завоевывал все большее число почитателей. Производство с каждым годом возрастало примерно на 10 млн литров. Всего производилось и продавалось более 2 млрд литров. Вдруг мы обнаружили, что цифры продаж „Абсолюта“ в России катастрофически упали и приблизились к нулю. Во всех странах – сальдо положительное, кроме России. Это нас не могло не насторожить».

У настоящего шведского «Абсолюта» появился венгерский конкурент. Венгерская полиция после долгих поисков в

нескольких минутах езды от Будапешта арестовала 600 тыс. полных бутылок фальшивой водки. Рядом ждали очереди 770 тыс. пустых бутылок. «Абсолют» производился и разливался без помощи шведского концерна. Еще 700 тыс. пустых бутылок ждали отправки на стекольном заводе в Орошаза, где они и производились. В будапештской типографии на бутылки наносились надписи.

Вскоре фальсифицированную водку нашли и в других восточноевропейских странах. Она предназначалась в основном для Украины и России. Йеран Линдквист пояснял: «Мы, конечно, следили за нашим рынком во всем мире. В феврале мы заметили, что в разных торговых точках бывшего восточного блока продаются фальшивые бутылки. Анализ показал, что в них содержится водка картофельного состава. Подлинный „Абсолют“ производится из настоящих хлебных злаков. Фальшивый имеет совершенно иной запах и по вкусовым качествам сильно уступает оригиналу. Спирт фальшивки не столь кристален, как у оригинала. Два независимых дегустатора попробовали обе водки. „Совершенно разные водки, и по запаху, и по вкусу“, – сказали они. – Сам спирт иначе пахнет и мутнее настоящего».

Шарлотта Бек, которая в то время возглавляла информационную службу фирмы Vin & Sprit, поясняла: «Фальшивка распознается по внешнему виду бутылки и по степени ее наполненности. Фальсификаторы пытаются скопировать сорокапроцентную шведскую водку с голубым текстом на бу-

тылке. Но текст на бутылках выглядит не так, как он должен выглядеть на оригинале. Встречаются некоторые ошибки в тех местах текста, где он „написан от руки“. Кроме этого на дне оригинальной бутылки выгравирована надпись PLM, обозначающая производителя стекла. На фальшивке стоит PUM, или вообще ничего». Поставщикам этой продукции закупки обходились дешевле, но в розницу фальшивая водка поступала практически по той же цене, что и настоящая. В коммерческих ларьках большая часть водки была поддельной. Не избежали подделок и московские «супермаркеты». В некоторых классический Absolut был настоящий, а вот на бутылках Absolut Citron обнаружить признаков оригинала не удавалось.

Шло время. В середине 1990-х водка уже не всех устраивала. Некоторые хотели чего-нибудь экзотического. Например, Irish Cream или Martini. Первое, как ни старайся, не подделаешь: молока от настоящих ирландских коров не достать. А вот со вторым проблем почти не было. Потому что отличить настоящий Martini от второсортного вермута с такой же этикеткой было нелегко. Здесь приходилось полагаться только на собственный вкус. Ну, иногда и на глаз: фальшивый Martini по цвету напоминал недобродившую яблочную настойку. На вкус поддельный напиток напоминал наш российский вермут. Правда, за пробу приходилось платить, а за просмотр денег не брали.

Но если и пример Martini не сделал бы вас трезвенником,

можно было попробовать отыскать на прилавке что-нибудь подешевле и поигристей. Шампанское, например. Тем более что выбор был безграничен. Правда, тут же вспоминались истории о предприимчивых торговцах, наклеивающих этикетки «Советское шампанское» на бутылки «Салюта». Но и эти ужасы меркли на фоне того, что творилось в начале 1990-х.

Вам попадалось в киосках французское шампанское «La carte noire» («Черная карта»)? Красиво оформленная бутылка с черной, красной или золотистой этикеткой. И надписи на натуральном французском: «Торговая марка ИВ РОШ. Престиж. Разлито в бутылки для Андре Гастона, торговца из 71850 Шарне-ле-Масон, Франция». На другой стороне бутылки, как и положено, была контрэтикетка со штрих кодом Франции (это потому, что «разливали» «шампанское» для Андре Гастона).

Мало кто при этом обращал внимание на честное описание содержимого: «Ароматизированный напиток, содержащий алкоголь». А страну-изготовитель – ФРГ – на этикетке мог распознать разве что француз.

Специалисты НИИ пивоваренной, безалкогольной и винодельческой промышленности уверяли, что напиток «Черная карта» вполне качественный и безопасный, только к вину он отношения не имеет, а к такому благородному, как шампанское, – тем более. Это была обычная смесь из воды, спирта, сахара, углекислоты и персикового аромата. По дан-

ным Трирского общества производителей шампанских вин, в 1996 году в Россию поступило более 10 млн бутылок этого газированного напитка.

Можно было, конечно, позавидовать находчивости западных бизнесменов. Действительно, зачем выращивать и перерабатывать виноград? Зачем пытаться конкурировать с французскими виноделами? И зачем грубо кого-то обманывать? Жить надо честно: газированный напиток никто проверять не станет, а доверчивые русские с радостью его купят.

Паспорт по всей форме. Камуфляжной

В конце 1990-х в прессе нередко попадались объявления о продаже так называемых камуфляжных паспортов. Рекламный текст гласил, что документы эти абсолютно законны и могут использоваться при путешествиях за границу. На самом деле эти паспорта были фальшивыми, и их использование могло привести к конфликту с законом.

Камуфляж-паспорт – не что иное как паспорт государства, сменившего название. От обычной фальшивки их отличает только то, что печатаются эти паспорта на настоящих, но вышедших из употребления бланках, например, на бланках стран, изменивших название (скажем, Верхней Вольты, которая стала называться Буркина-Фасо) или вообще исчезнувших с политической карты (как Южный Вьетнам). Впрочем, о подлинности бланков было известно лишь

со слов красноречивых представителей фирм, продающих камуфляжные паспорта.

При желании паспорт вам могли сделать на любую фамилию. И вообще изменить все данные. Например, возраст. Возникало впечатление, что изготовителям паспортов абсолютно все равно, что в них писать. Они просто брали бланк и заполняли в соответствии с пожеланиями клиента. В паспорте могли поставить неограниченное количество виз и штампов о пересечении границ разных стран. Эти отметки были уже явно фальшивыми. В некоторых фирмах предлагали и российскую визу вместе со штампом о пересечении границы.

Стоил паспорт вместе с комплектом дополнительных документов \$700–900 в зависимости от страны и фирмы-изготовителя. В комплект обычно входили национальное водительское удостоверение и страховой полис. Такие же камуфляжные, как и сам паспорт.

При ближайшем рассмотрении становилось ясно, что использование камуфляжных паспортов не только незаконно, но и невозможно. Во-первых, реклама гласила, что паспорта эти официально приняты министерствами иностранных дел и таможенными службами ряда зарубежных стран. Однако в МИД России разъясняли, что если какое-либо государство производит замену паспортов, об этом немедленно оповещаются МИДы всех стран мирового содружества. Ни в одном посольстве нельзя получить визу по «старому» паспорту. То же самое говорили и в посольствах: никому не удастся полу-

читать визу по «старому» паспорту какого-либо государства. В посольстве Мьянмы, например, которая раньше называлась Бирмой (одно из тех государств, паспорта которых предлагали продавцы), подтвердили, что бирманские паспорта уже вышли из употребления и в настоящий момент недействительны. Об этом были оповещены все страны, и такой паспорт для получения визы ни в одном посольство не приняли бы.

В том случае, если кто-то захотел бы воспользоваться камуфляжным паспортом не для пересечения границы России, а внутри страны (выдавая себя за гражданина другого государства), из этого бы тоже ничего не вышло. В МВД сообщили, что любой милиционер, проверяя паспорт иностранного гражданина, в первую очередь смотрит на наличие российской визы. Если ее нет или если ее подлинность вызывает малейшее сомнение, «камуфляжного иностранца» обязательно препроводили бы в отделение милиции для установления личности. А дальше – известно что...

Пособие для непоступающих в вузы

К середине 1990-х рынок труда более или менее сформировался, но вот беда: без высшего образования на престижную и высокооплачиваемую работу не брали. А учиться надо минимум пять лет. Но кому же хотелось ждать так долго, когда замечательные вакансии уплывают прямо из-под носа?

Вот и приходилось в «лихие 90-е» получать вузовский диплом не за пять лет, а за пять тысяч зеленых.

Как это было? Допустим, вы прекрасно знали два языка, стаж работы в коммерческой структуре перевалил за пять лет, а ваши деловые связи были бесценны. Так почему же вам не предлагали престижного места с зарплатой в \$1500–2000 в месяц? Да потому, что по образованию вы – инженер, учитель или врач, а диплома об экономическом образовании у вас не было. А работодателю нужен именно этот диплом.

Впрочем, безвыходных ситуаций не бывает. Достаточно было взять любую газету частных объявлений. В ней нетрудно было найти все, что нужно. Например, «консультацию по быстрому получению высшего образования». Как, разве вы не знали, что высшее образование можно получить за два дня? Вежливый «консультант по высшему образованию» рекомендовал дипломы Пищевого, Энергетического, Землеустроительного и 3-го Медицинского институтов. Не потому, что это были самые популярные вузы, а потому, что дипломы именно этих институтов были в его ассортиментном минимуме. Самым дорогим был диплом медика: \$1500. А документ из Пищевого предлагали практически даром: \$1000. При этом, заверял словоохотливый консультант, дипломы настоящие: на подлинном бланке, с регистрационным номером, соответствующим году выпуска, с подлинной печатью вуза. Вас не устраивал Пищевой или Медицинский институт? Вам непременно хотелось диплом Оксфорда или

Кембриджа, которые должны были открыть для вас двери самой престижной фирмы? Надо было быть скромнее. Тем более что «консультанты» вам зря советовать не стали бы. Они знали, какие дипломы покупать стоит, а какие не стоят ничего.

В самом деле откликнувшись на газетный призыв («Нужен диплом. Срочно») и предложив дипломы российских институтов, техникумов и даже парочку иностранных документов о высшем образовании, можно было натолкнуться и на разборчивого покупателя. Что и случилось, когда двое журналистов журнала «Деньги» проделали этот эксперимент. Девушка, снявшая трубку телефона, без лишних вопросов сказала, что именно бы ей хотелось получить.

«Зарубежные дипломы не нужны, – заявила она. – Лучше всего дипломы московских финансовых вузов. „Плешки“, например. Мы готовы платить, но не больше \$1000, и при условии, что вы предоставите гарантии того, что этот диплом зарегистрирован в институте». Естественно, журналисты обрадовали потенциального покупателя, сообщив, что еще никто не имел претензий к их работе. Оставили в качестве контактного номер телефона приемной комиссии Российской экономической академии имени Г.В. Плеханова и распрощались. Твердо запомнив, что покупать стоит дипломы государственных российских институтов. С дипломами коммерческих вузов лучше было даже не связываться. Мало того, что работодатели не очень охотно верили документам

новых институтов, их, оказывается, было сложнее подделать.

Выявить дипломы, полученные незаконно, было очень просто. Кадровику достаточно было сделать запрос в вуз. Там могли поднять архивы, и все стало бы ясно: кто учился, как учился и учился ли вообще. Но бланки дипломов не были документами строгой отчетности. Купить стандартный бланк можно было в любом канцелярском магазине. Наличие на нем номера не играло большой роли – в Госкомвузе он не регистрировался. Поставить на диплом печать было делом техники. Договориться с секретарем в институте можно было за \$100. За эти деньги тот же секретарь подарил бы вам и ксерокопию подписей, которые должны стоять на дипломе. Номера дипломов соответствовали году его выдачи. Помимо гербовой печати вуза диплом должен был быть заверен подписями ректора, председателя и секретаря Государственной экзаменационной комиссии. Так что, покупая диплом об образовании, не стоило требовать от продавца красного цвета корочек или похвального отзыва от ректора, которого вы никогда не видели.

И все-таки покупка документа о высшем образовании не всегда могла решительно изменить вашу судьбу. Во-первых, даже диплом самого престижного института не гарантировал, что вас взяли бы на работу. Один неудавшийся валютный дилер рассказывал: «В Москву я приехал из Днепропетровска. Опыт работы в коммерческой структуре был: полтора года работы в заготконторе коопторга. Поэтому я сра-

зу попробовал устроиться в банк валютным дилером. А на это место много претендентов. Чтобы обогнать конкурентов, за \$500 купил диплом Плехановского института. Прихожу в службу персонала банка, а сотрудник смотрит в диплом и удивленно спрашивает: „А почему я вас не помню?“ Оказалось, что по диплому мы с ним однокурсники. А он к тому же был старостой курса и знал всех сокурсников не только в лицо, но и по имени-отчеству... Сейчас мне будет трудно найти работу в приличном учреждении».

И карьерного роста свежеприобретенный диплом не обещал. По словам одного бывшего офицера, уволившись из армии, он был абсолютно уверен, что без диплома о высшем образовании по гражданской специальности хорошо оплачиваемой работы не найдет. В одном коммерческом институте ему предложили диплом юриста за \$1000, но его приятель из риелтерской фирмы пришел от этого в ужас. Оказывается, и с настоящим дипломом коммерческого вуза устроиться на работу было практически невозможно. Офицер устроился без всякого диплома. В ту самую риелтерскую фирму, где работал его приятель.

И вообще, работодателю все-таки нужны были профессиональные навыки сотрудника, а не институтские бумаги. Тем не менее дипломы покупали. Зачем? На всякий случай. Чтобы можно было похвастаться им в компании друзей. Так, купили себе дипломы одного финансового вуза жена и дочь кандидата в президенты Владимира Брынцалова. Правда,

гордиться своим образованием им пришлось недолго. Как рассказал кандидат Брынцалов корреспондентам, узнав о покупках, он рассердился и разорвал оба диплома в клочья.

Дети депутата Шмидта

В 1997 году в Интернете появилось рекламное объявление – «трудоустройство во властные структуры». На самом деле его автор предлагал купить удостоверение помощника депутата Госдумы за \$1500.

Удостоверение предлагалось не поддельное, а самое что ни на есть настоящее. Мало того, автор объявления согласен был принять у вас деньги только после оформления документа в канцелярии Госдумы. Там же он обещал познакомить клиента с депутатом, чьим помощником вы должны были числиться. После недолгой переписки с автором объявления выяснилось, что помогать придется депутату Государственной думы от фракции КПРФ. В том же письме говорилось, что разделять его политические взгляды совершенно необязательно.

Сколько из выданных помощникам удостоверений было куплено, не знает никто. Галина Старовойтова, в то время депутат Госдумы, говорила: «Речи не может идти о том, чтобы кто-то за деньги получил право называть себя помощником депутата Старовойтовой. Хотя я знаю много примеров продажи этих удостоверений другими депутатами. Цена

колеблется от \$650, как продает одна депутатка от КПРФ, до \$4000-\$5000 в ЛДПР. Ну а в среднем не дороже \$1500-\$2000. Судя по всему, спрос на подобные услуги немалый».

Что же можно было получить взамен потраченных денег? Ведь зарплату в Думе получали только штатные сотрудники. Остальные были «свободными художниками», то есть пользовались своим статусом, как умели. По закону «О статусе депутата» льготы были только у штатных помощников. Однако в том же законе был и пункт, который предусматривал выдачу штатным и нештатным помощникам удостоверений одинакового образца. То есть на глаз определить, какой перед вами помощник, было невозможно. Чем, естественно, последние и пользовались.

Николай Трошкин, в то время руководитель аппарата Госдумы, рассказывал, что все, что связано со льготами помощников депутатов, в законе «О статусе депутата» прописано было не очень четко. Там было сказано, что все помощники получают удостоверения единого образца. Поэтому и сложилось представление, что все они имеют право на бесплатный проезд в общественном транспорте в пределах избирательного округа. А на самом деле это относилось только к штатным помощникам. Помощники на общественных началах не имели никаких привилегий, кроме беспрепятственного прохода в Государственную Думу. Но практически все – и штатные, и нештатные – помощники пользовались общественным транспортом бесплатно, так как имели удостове-

рения единого образца. Кроме того, в здании Думы они могли пользоваться междугородной и международной телефонной связью и компьютерной сетью.

Бесплатный проезд на городском транспорте мало что давал. Даже с учетом регулярного роста стоимости проезда потраченные на удостоверение \$1500 было не окупить, сколько не кататься. Бесплатные междугородние и международные звонки – это было серьезней. Если было куда звонить, вложенные деньги могли вернуться через месяц. Но на практике до телефона надо было еще добраться. Общедоступных аппаратов, позволяющих помощникам реализовать свои права, в здании Госдумы просто не было. То есть не имея хорошо знакомого депутата, который пустил бы к себе в кабинет, никуда позвонить не удалось бы.

Была еще одна интересная возможность – извлечение важной информации из компьютерной сети Госдумы. Доступ к сети мог быть осуществлен практически с любого компьютера в думском здании. Но только пользователем, имеющим пароль для входа в систему. То есть депутатами, но никак не их помощниками. И наконец, последнее. Если верить рекламе, вы могли беспрепятственно проходить в Думу и общаться там с законодателями. На любые темы. Зачем – понятно. Лоббирование стоило больших денег, и доступ к депутатскому телу мог окупиться достаточно быстро. Правда, сами депутаты уверяли, что общаться с чужими помощниками у них просто нет времени.

Оксана Дмитриева, в то время член комитета по бюджету, налогам, банкам и финансам (фракция «Яблоко»), рассказывала: «Что касается прохода в Госдуму с целью лоббирования, то это вполне возможно. Но, например, до моей приемной такой человек просто не дошел бы. Я принципиально не принимаю у себя помощников депутатов, разве что некоторых, которых я знаю лично. И только по работе. Хотя профессиональные вопросы я стараюсь решать с самими депутатами».

Как видите, все было не так просто. Удостоверением помдепа в Думе трудно было кого-то удивить. А для проталкивания своих интересов нужны были серьезные связи и гораздо больше денег, чем \$1500, потраченных на «корочку».

Как ни странно, полезность удостоверения можно было ощутить вне здания Госдумы – на улице. Например, когда вас останавливал патруль ГАИ, чтобы оштрафовать за... ну, причина всегда найдется. Как свидетельствовали сами помощники депутатов, в этих случаях удостоверение оказывало магическое воздействие. Михаил Мень, в то время заместитель председателя комитета Государственной Думы по культуре (фракция «Яблоко»), говорил: «Удостоверение помощника имеет вес больше на периферии, чем в Москве. Там с таким документом можно без проблем, например, попасть на прием к главе местной администрации. В остальном это удостоверение, на мой взгляд, ничем не ценно».

Но если к главе местной администрации корочка помощ-

ника и открывала дверь, то в коммерческих структурах отношение к ней было совсем другое. Банкирам было все равно, помощник вы депутата, сам депутат или просто рядовой гражданин. Главное, чтобы ваше деловое предложение было им интересно. И никто не предложил бы вам эксклюзивных условий обслуживания только потому, что вы имеете какое-то отдаленное отношение к властным структурам.

В августе 1996 года милицией была проведена специальная операция, в результате которой было изъято 6000 поддельных удостоверений помощников депутатов. Изготовители этих документов, видимо, решили не нарушать законодательство в области авторских прав и разработали свой собственный макет удостоверения. Для наглядности все льготы, в том числе и несуществующие, были перечислены на обложке.

Несколько грамматических ошибок придавали картине законченность. Даже подпись руководителя аппарата Госдумы – и та была оригинальная, ничуть не похожая на настоящую.

Доллар кавказской национальности

Фальшивые доллары

*Отличить фальшивые деньги от настоящих
очень просто. Они не зеленые.
Российский фольклор 1990-х*

Зачем подделывать множество разных товаров, если можно подделать сразу товар универсальный? А какой товар (до появления евро) был более универсальным, чем доллар?

Вечная деньга

Фальшивые доллары в России не переводятся с начала 1990-х. Сначала основным их поставщиком была Польша, где изготовление фальшивок стало едва ли не основным источником доходов местной мафии, а заодно и ее российских кураторов. Искусство польских умельцев было известно всему миру. Тем не менее к 1998 году на российском рынке им пришлось потесниться: на смену полякам пришли фальшивомонетчики из Дагестана.

Для Главного управления по борьбе с организованной преступностью МВД России это стало сюрпризом: в Дагестане не то что долларов, рублей-то никогда не подделывали. Во всяком случае, в сколько-нибудь существенных коли-

чествах. Но в руки оперативников в разных регионах России начали попадать поддельные стодолларовые купюры, качество которых не уступало польским фальшивкам. И даже превосходило.

Эти банкноты свободно принимались во всех банках и обменных пунктах, поскольку отличить их от настоящих не могли даже детекторы валют. Но в конце концов губоповцы с помощью специалистов одного из московских банков научились их распознавать. Правда, для этого им пришлось семь раз пропустить поддельные банкноты через детектор. Только тогда и разглядели, что на фальшивке профиль Франклина слегка отличается от его портрета на оригинале. Эта мелкая зацепка и вывела оперативников ГУБОПа на «дагестанский след».

Достойный человек

След вел к махачкалинской фирме «Маис», которой руководил известный в республике человек – Магомед Алиев, уроженец селения Дарада Гергебельского района. В советское время он был главным районным комсомольцем, потом пошел по партийной линии, но в итоге осел на местной птицефабрике, возглавив там отдел кадров. Тут в России начался капитализм, и бывший комсомольский вожак стал предпринимателем. Он открыл фирму и принялся торговать оргтехникой. Дела шли в гору, но Алиева не устраивал масштаб

коммерческой деятельности. Тогда он стал политиком, приобрел некоторую популярность и в конце концов решил выйти на федеральный уровень и даже пробовал занять в Думе депутатское место Рамазана Абдулатипова (тот стал министром по делам национальностей). Но на выборах по Буйнакскому избирательному округу его обошел Магомедфазил Азизов – замминистра финансов Дагестана.

Оставшись без депутатского иммунитета, Алиев не отчаялся. Он создал в Дагестане Республиканскую партию и даже успел выпустить один номер газеты «Республиканец» тиражом 5000 экземпляров. Впрочем, в Дагестане эта партия была мало кому известна. Тем не менее у республиканских властей умеренно критиковавший их Алиев был на хорошем счету. В госсовете республики говорили, что «он всегда производил благоприятное впечатление, прилично выглядел и вообще был похож на достойного человека».

А вот у губоповских оперативников «достойный человек» давно вызывал большие подозрения. Они считали его главным фальшивомонетчиком республики, который свою предвыборную кампанию финансировал долларами собственного же изготовления. Но какое-то время Алиева никто не беспокоил: не хватало улик, да и политическая ситуация в Дагестане этого не позволяла.

К концу 1990-х все изменилось: в республике началась активная борьба с преступностью и коррупцией. Дошла очередь и до Алиева.

Лопнувший трест

Вечером 5 ноября 1998 года предприниматель вернулся в Махачкалу из своей очередной деловой поездки в Москву. Но на этот раз в иллюминатор самолета вместо привычного кортежа встречающих его иномарок Алиев увидел людей в камуфляже и автозак. Вот когда он по-настоящему пожалел, что не стал депутатом. Ведь пока законодатели обсуждали бы, выдавать его правосудию или нет, он успел бы спрятаться в горах, как это уже сделали некоторые его земляки. А так бойцы СОБРа без всяких церемоний сняли его с трапа и отправили в следственный изолятор.

Одновременно в Махачкале была проведена милицейская облава. Всего попались восемь участников группировки фальшивомонетчиков. Милиционеры считали, что в преступном бизнесе было задействовано гораздо больше людей. Установить их всех и уж тем более задержать оказалось не просто, поскольку в группировке строго соблюдалась конспирация: на автомобилях были поддельные номера, дома оборудованы камерами наружного наблюдения, а используемые средства связи защищены от прослушивания. Так что часть преступников осталась на свободе. Зато у задержанных нашли все необходимое для изготовления фальшивок: матрицы, специальную бумагу с защитными знаками и две типографские машины. Правда, «готовой продукции» ока-

залось не так много – всего на \$370 тыс., \$200 тыс. из которых хранились в трехэтажном особняке самого Алиева.

Сразу после операции замначальника ГУБОПа генерал-майор Александр Мордовец провел в Махачкале пресс-конференцию. Там он и показал журналистам поддельные купюры, объяснив, что «на двух изъятых станках таких бумажек за одну ночь можно было изготовить на сумму до миллиона долларов». В общем, в милиции считали, что у них достаточно улики для того, чтобы надолго упечь за решетку Алиева и его людей. Неясно было только, как долго действовали фальшивомонетчики. Среди махачкалинских долларов, обнаруженных в ряде регионов России, были купюры старого образца. И вряд ли когда-нибудь станет известно, сколько всего фальшивок наштамповали дагестанские умельцы.

Тем не менее в Махачкалу выехали эксперты Центрального банка России, которые должны были научиться сами и научить других быстро отличать алиевские подделки.

Славные традиции народных умельцев

В принципе для милиционеров дело группы Алиева не было сенсационным. Были у нас и другие прославленные фальшивомонетчики. Страна тогда жила за железным занавесом, валюта была не нужна, зато какие рубли делали!

Легендарная в этом смысле фигура – художник-самоучка

и изобретатель-самоучка Виктор Баранов, который подделку долларов вообще считал ниже своего достоинства. «Делать их – все равно, что кофе заваривать», – говаривал он. В 1970-е годы Баранов изобрел бумагу, ничуть не уступающую гознаковской, технологию изготовления и нанесения краски и принялся рисовать самые защищенные от подделок 25-рублевые банкноты. Отличить их от настоящих можно было лишь при тщательном анализе. В 1977 году умелец получил 12 лет, но вошел в историю. О его деятельности был снят учебный фильм для милиции, а сам он давал консультации министру внутренних дел о недостатках советских денег. Освободившись, Виктор Баранов стал честным бизнесменом-изобретателем, чьими лаками и красками, кстати, заинтересовались даже иностранные фирмы.

Истории известны и другие специалисты-фальшивомонетчики, но все они, как и Баранов, специализировались, так сказать, на штучном товаре. Но вот в начале 1990-х годов из-за того, что техника стала доступнее, дело было поставлено на поток. Так, в 1992 году рекой потекли фальшивые рубли из Чечни, где их чуть ли не в открытую печатали целые фабрики. Потом на волне обменов денег рубли вообще стали делать все, кому не лень. Уровень мастерства изготовителей, конечно, не шел ни в какое сравнение с «героями» доперестроечных времен.

Между тем начала расти потребность в долларах. На них постепенно и переключились отечественные фальшивомо-

нетчики, штампуя баксы с помощью обыкновенной множительной техники. Но все они быстро попадались. Самыми смекалистыми оказались два друга из Люберец, которые научились изготавливать высококачественную бумагу для денег, смешивая ее с металлической крошкой. Впрочем, их тоже поймали и посадили.

Зато давно и успешно печатали доллары поляки. В итоге Россию наводнили «польские доллары» весьма высокого качества. Самую крупную аферу с «польскими долларами» в России в декабре 1992 года пытались провернуть итальянцы. В Москву из Италии они привезли более \$1 млн фальшивок, чтобы продать их за \$500 тыс. настоящих. Продавцами были адвокат и два бизнесмена из города Комо. В Москве ими руководил земляк Джованни Минетти, однако все нити аферы сходились в Италии в руках агента итальянской спецслужбы SISDE Альдо Ангессы и его приятеля – судебного следователя Романо Дольче. Тот был весьма известен в Европе как борец с оргпреступностью. В итоге попались все. В Москве чекисты, которые выступали в роли покупателей, взяли с поличным продавцов, а организатор Ангесса попался на мелком мошенничестве в Швейцарии и был передан итальянским властям. И тут он дал такие показания, что в Италии разразился грандиозный скандал, а следователь Дольче и несколько его людей составили Ангессе компанию в тюрьме.

Ангесса рассказал, что фальшивый миллион – это пустяк:

«SISDE планировала перебросить в Россию \$10 млн. И как, по вашему, в российской госбезопасности обо всем узнали? Очень просто! Это была наша совместная операция. Мы доллары завозим, они ловят, в результате в глазах всего мира победила дружба и сотрудничество спецслужб. Заодно и заработали бы кое-что». В Москве это заявление просто проигнорировали. Однако странное дело: московского руководителя аферы Минетти ФСБ (тогда еще Министерство безопасности) отпустило под залог \$50 тыс., и он спокойно уехал в Италию, где его никто больше не трогал. А вот трем его подельникам, утверждавшим, что их подставили, в этом было отказано. И они отправились в лагерь для иностранцев под Потьмой, но всего лишь на четыре года.

Найдите хоть одно отличие

С ходу отличить высококлассную подделку от настоящей купюры часто не под силу даже профессионалу, который много лет подряд отлавливает фальшивки. По свидетельству специалистов, печально известные «иранские доллары» (ими иранцы расплачивались с поставщиками оружия во время войны с Ираком) можно было отличить от оригинала только после кропотливого исследования под микроскопом. При этом, даже изучив каждый квадратный миллиметр купюры, эксперт чаще всего не дал бы однозначного заключения, фальшивая она или настоящая, а сказал лишь что-

то вроде «подозрительная купюра» (нарушение какого-либо элемента оформления купюры могло, кстати, оказаться обычным производственным браком).

Это, впрочем, относилось только к высококлассным подделкам, изготовленным по самой совершенной технологии с использованием сложнейшего полиграфического оборудования. Те же иранцы для печати долларов использовали восточногерманское оборудование. То самое, на котором свои деньги печатала Германская Демократическая Республика. Рядовому фальшивомонетчику или даже их сообществу такое оборудование было не по карману – если, конечно, производство фальшивок не патронировалось самим государством. Доступная же большинству фальшивомонетчиков полиграфическая техника для производства денег была не приспособлена: фальшивомонетчик не сможет воспроизвести какие-либо элементы подлинной купюры – только имитирует их. Это, в частности, касалось технологии «глубокой печати» – при ее использования деньги становятся рельефными на ощупь и не теряют этого свойства, даже пройдя через тысячи рук. Еще сравнительно недавно «глубокая печать» была главной бедой фальшивомонетчиков. Они вынуждены были вручную наносить тиснение на изготовленные подделки, чтобы придать им большее сходство с настоящими деньгами. Сегодня оборудование любой коммерческой типографии позволяет успешно имитировать «глубокую печать». Но только имитировать – через некоторое время изготовлен-

ные таким образом фальшивки утрачивали товарный вид. Но первое время и на вид, и на ощупь они ничем не отличались от настоящих. Так что «органолептический метод» идентификации тут не помогал даже эксперту.

Столь же успешно фальшивомонетчики научились имитировать и другие средства защиты купюр. Бумагу с водяными знаками, правда, приходится приобретать заранее (как правило, в Юго-Восточной Азии и Восточной Европе), зато пресловутые магнитные полоски «вшиваются» в купюры без всякого труда. Про знаменитые цветные волокна, вкрапленные в некоторые купюры (например, в доллары США), и говорить нечего: с наступлением эры цветных принтеров и ксероксов эта проблема вовсе перестала волновать мошенников. Единственный элемент защиты, который они еще не научились воспроизводить, – это фрагменты банкнот, видимые в ультрафиолетовых лучах.

Так что более или менее профессионально изготовленную фальшивку отличить от настоящей купюры может либо специально обученный эксперт, либо сделавший ее фальшивомонетчик, мошенники, как правило, специально оставляют на «своих» деньгах какую-то известную только им метку, чтобы случайно не нарваться на собственную подделку. Обыватель, не имеющий при себе ультрафиолетовой лампы, такую подделку выявить не сможет. Зато успешно сможет расплатиться ею за товар...

Амбивалентная вывеска Маркетинговый ход продавцов китайского товара

Вот это качество продукции! Вот это достижение.

Это, действительно, не переплюнешь товар.

Хочешь морду пудри, хочешь блох посыпай! На все годится.

М. Зощенко. Качество продукции

Чтобы товар продавался быстро, он должен быть дешев. Но дешевка – она дешевка и есть: отвратительное качество. Низкие цены не только привлекают, но и отпугивают покупателей. Как сделать так, чтобы дешевизна не кричала о низком качестве?

Весной 2009 года Москву заполнили магазины с зелеными вывесками «Реализация таможенного товара». Прямо на виду у работников таможни, Роспотребнадзора и компаний – производителей косметики и парфюмерии в таких магазинах торгуют духами Chanel и Dior, косметикой L'Oreal и иными брендами по ценам ниже рыночных, а также недорогим товаром неизвестных производителей. К таможенному конфискату все это никакого отношения не имеет. Но маркетинговый ход удачный.

Первое приближение

Торговые точки с зелененькими вывесками «Реализация таможенных товаров» в последнее время все чаще попадаются на глаза. Раньше других появились магазины на шоссе Энтузиастов, у метро «Бабушкинская», «Коньково», «Тушинская», «Дмитровская», в Митине. В любой такой точке можно недорого одеться с ног до головы (кроссовки стоят 700 рублей, туфли – 1000 рублей, майки – 300 рублей, брюки – 500 рублей), купить по бросовым ценам что-то из косметики и парфюмерии (за туалетную воду и духи Givenchy, Dior, Lacoste, D&G, Hugo Boss, Chanel просят 700 рублей), кое-какую домашнюю утварь и бытовую технику.

Правда, беглый осмотр показывает, что гарантировать отменные потребительские свойства товара не представляется возможным.

В ответ на просьбу показать сертификаты качества продавцы мнутя и говорят, что «документы на складе» или «у директора», что, между прочим, является нарушением правил. Однако практически везде торговля идет бойко, во многих местах – очереди (главным образом из женщин, интересующихся дешевой косметикой и парфюмерией), персонал сбивается с ног.

Узнав, что журналисты журнала «Деньги» хотят переговорить с директором, продавцы делают круглые глаза и обеща-

ют «передать информацию начальству». Начальство же реагировать не спешит. Можно попробовать выйти на руководителей через сотрудников торговых центров, в которых расположены некоторые магазины, через менеджеров по аренде. Но и здесь трудно чего-либо добиться. Впрочем, в одном магазине, в Старом Петровско-Разумовском проезде, указан телефонный номер «для справок по всем вопросам». Корреспондент «Денег» позвонил по нему и изложил суть дела. «У вас ничего не выйдет. Это единая сеть, все защищено, и вообще у меня полно забот», – услышал он суровый женский голос. Все, короткие гудки.

В конце концов удалось связаться с неким Михаилом, коммерческим директором нескольких «таможенных» точек, который согласился ответить на вопросы. Михаил утверждал, что его фирма приобрела готовую концепцию бизнеса у создателей и что «данным видом торговли» занимаются многие. На вопрос, кто же эти создатели, он отвечать не стал, зато рассказал, что ассортимент подбирается в зависимости от спроса и сезона, а главным критерием является закупочная стоимость товара. Цель – получение продажной цены ниже средней по рынку при сохранении нормы прибыли и при аналогичном качестве продукции. «Очевидны преимущества для покупателей: наши магазины позволяют приобрести наиболее актуальные товары для дома, а также одежду и обувь по доступным ценам. Для владельцев бизнеса плюсы – в мобильности, в возможности предложить

покупателю то, что ему нужно», – отметил в заключение он.

Официальный расклад

Так каким же товаром торгуют «реализаторы»? Действительно ли он таможенный? За разъяснениями можно обратиться в Федеральную таможенную службу (ФТС). Как уверяет заместитель начальника пресс-службы ФТС РФ Наталья Семикина, происхождение ассортимента этих магазинов явно не таможенное: «Можно только предположить, что данная продукция ввозится из Китая через обычные каналы, которыми пользовались челноки».

В ФТС говорят, что торговые точки, которые декларируют, что специализируются на продаже таможенного конфиската, к органам таможни отношения не имеют. Кстати, у таможни нет полномочий самостоятельно конфисковать товары. Еще в 1998 году Конституционный суд своим постановлением определил, что конфискация имущества, влекущая переход права собственности на изъятое у нарушителя имущество к государству, должна осуществляться только по решению суда.

Организовывать реализацию товаров, обращенных в собственность государства, уполномочено Федеральное агентство по управлению государственным имуществом – Росимущество. По словам Игоря Баскова, заместителя начальника управления агентства по распоряжению имуществом,

обращенным в собственность государства, и иным изъятым имуществом, у его ведомства, как и у таможни, с магазинами таможенных товаров никаких связей нет. «Попробуйте попросить документы на товары в этих магазинах – вам просто откажут, – говорит Басков. – Если же мы продаем имущество, то обязательно предоставляем покупателю либо сертификаты качества, либо протоколы лабораторных испытаний, где заказчиком фигурирует государство в лице Росимущества, а не абстрактное ООО. Таким образом, за это имущество мы несем полную ответственность». Чиновник, впрочем, добавляет: дать полную гарантию, что товары, реализуемые через Росимущество, не попадают к «таможенным реализаторам», нельзя, на пути к конечному потребителю они могут пройти не через одни руки. Тем не менее такая цепочка маловероятна, отмечают в Росимуществе, иначе, почему «реализаторы» никак не упоминают о связях с агентством, пусть даже опосредованных? Они, наоборот, должны были бы козырять такими данными направо и налево.

Однако предоставить сведения по реализованному имуществу, чтобы можно было сопоставить их с ассортиментом «конфискатных» магазинов, в Федеральном агентстве почему-то отказались. Значит, полной уверенности в том, что эти вещи не попадают в «таможенные» торговые точки, быть не может. С другой стороны, актуальный список товаров на сайте Росимущества значительно отличается от того, чем торгуют в этих магазинах. Ведомство, в частности, предлагает ем-

кости для слива дизтоплива, древесный уголь, автомобильные домкраты, гаражные боксы, бетономешалки. Есть только отдельные совпадения по позициям, к примеру детская обувь, дуршлаги, трикотажные изделия, но объемы предложения агентства здесь невелики.

Можно обратиться и к производителям и дистрибьюторам парфюмерной продукции. Директор Российского парфюмерного клуба Марианна Пенькова сообщила, что реализация оригинальной продукции указанных выше профильных брендов через подобные магазины чревата крупным скандалом. В компании Procter & Gamble (дистрибьютор Hugo Boss, D&G, Lacoste) говорят, что слышат о появлении подотчетной парфюмерной продукции в таких местах впервые, но в любом случае для Procter & Gamble это проблемы не представляет. «Это может быть параллельный импорт, это может быть контрафакт, что угодно, только не товар, завезенный нами, – указал менеджер отдела внешних связей Procter & Gamble Андрей Лян. – Наша продукция не конфискуется». А пресс-атташе Chanel в России Елизавета Дреер комментариев давать вообще не пожелала. Похоже, Procter & Gamble и Chanel не очень волнует масштабная реализация подозрительных товаров с их торговыми марками. Выяснилось также, что таможенников не беспокоит то, что магазины своим названием фактически декларируют тесную связь с их ведомством.

«Федеральная таможенная служба исключительных прав

на слово „таможня“ не имеет, и любая коммерческая структура или проект может его использовать, – говорит Наталья Семикина из пресс-службы ФТС. – Есть же такие устойчивые словосочетания, как „таможенный брокер“. Есть, к примеру, Национальная ассоциация таможенных брокеров. И что, их надо переименовывать, так получается?» По ее мнению, используя слово «таможенный» в названии магазинов их хозяева никаких законов не нарушают. Однако с этим не согласны некоторые юристы. «Здесь усматриваются признаки недобросовестной конкуренции, – говорит юрист отдела правовых корпоративных стратегий департамента правового консультирования АКГ „Развитие бизнес-систем“ Юлия Свирская. – Действия этих коммерческих структур направлены на получение преимуществ перед другими хозяйствующими субъектами путем использования приемов конкурентной борьбы, противоречащих законодательству и обычаям делового оборота (ст. 4 Закона РФ „О защите конкуренции“). Согласно п. 1 ст. 14.33 КоАП РФ, недобросовестная конкуренция влечет наложение штрафа на должностных лиц в размере от 12 тыс. до 20 тыс. рублей, на юрлиц – от 100 тыс. до 500 тыс. рублей».

Говоря о деятельности «реализаторов» и памятуя о качестве их товара, стоит обратиться к ситуации, когда покупателя это качество не устраивает. До вступления в силу закона «О защите прав юрлиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного и муниципального

контроля» покупатель в таких случаях мог подать жалобу в Роспотребнадзор, что автоматически становилось основанием для внеплановой ведомственной проверки торговой точки. Но, как рассказал анонимный источник в Роспотребнадзоре, по новому закону необходимо задействовать прокуратуру, чтобы инициировать проверку: «К нам приходит жалоба потребителя, мы отправляем запрос в прокуратуру, а она уже решает, высылать ли нам разрешение на проверку». Злоупотреблений в торговле станет только больше, убежден председатель правления Международной конфедерации обществ потребителей (КонфОП) Дмитрий Янин: «Никто теперь не будет обращать внимание на жалобы, слишком сложной стала процедура». У потребителя остается право подачи иска в суд, но разборка из-за чайника за 300 рублей займет несколько месяцев.

Таким образом, жить «таможенным реализаторам» будет только легче и веселей, что дополнительно свидетельствует об их недюжинной расчетливости.

Made in China

И в ФТС, и в Росимуществе утверждают, что надписи «Реализация таможенных товаров» на рекламных щитах и вывесках – не что иное, как способ привлечения покупателей. Значительная часть россиян убеждена, что такие товары всегда дешевле аналогичной продукции, ввезенной в Россию с

уплатой всех предусмотренных таможенных пошлин.

К сожалению, выйти на организаторов сети «таможенной реализации» так и не удалось, но кое-что все-таки выяснилось. Прежде всего товар не только не имеет отношения к таможене, но и практически идентичен китайскому с вещевых рынков. Как рассказал консультант консалтинг-центра «Шаг» Владимир Сметанников, которому удалось пообщаться с одним из предпринимателей, открывших «таможенные» магазины, их ассортимент – это поставки из Китая по тем же каналам, что использовали обычные челноки, только в больших объемах. «Рыночные торговцы решили диверсифицировать свой бизнес. Они видят, что рынки себя изживают, а поток покупателей и выручка уменьшаются. Они „просекли фишку“: когда говоришь, что товар китайский, у потребителя реакция чаще всего негативная, – объясняет Сметанников. – Лучше говорить, что товар конфискованный (официальные поставки, но осуществленные с нарушениями), – доверие у покупателя к такому продукту выше, как ни странно».

Второй момент – пользоваться «таможенным» товаром можно. Но осторожно. Испытательный центр Сергиево-Посадского филиала ФГУ «Менделеевский ЦСМ» провел экспертизу на безопасность типичного для таких магазинов продукта. Испытаниям подверглись, в частности, тушь для ресниц Hugo Boss и пудра Рира, приобретенные в разных торговых точках. Выяснилось, что эта косметика вполне без-

опасна в употреблении, но на упаковках нет информации на русском языке, что не отвечает требованиям ГОСТа по маркировке. Как объяснил руководитель испытательного центра Юрий Пивоваров, продавать такую продукцию в России противозаконно, потому что она ввезена в обход официальных каналов, по-серому. «Потребитель должен знать, куда обращаться в неприятных ситуациях, и суметь прочесть все, что написано на упаковке, – говорит Пивоваров. – Отсутствие надписей на русском означает, что товар не проходил обязательную сертификацию при пересечении границы, – это грубое нарушение. Сделать же вывод, что подобная тушь или пудра безопасна, без лабораторных исследований мы не можем. По такой схеме вполне можно напороться на опасную продукцию».

Какие именно законы нарушает сеть «Реализация таможенных товаров», в какой степени и нарушает ли вообще – вопрос. Как бы то ни было, маркетологи сходятся на том, что сам по себе маркетинговый ход великолепен. «Магазины, торгующие так называемыми таможенными товарами, сулят покупателю возможность сэкономить при покупке, плюс создается ощущение некоего доступного дефицита, лазейки в „спецраспределитель“, – говорит президент брендингового агентства Depot WPF Brand and Identity Алексей Андреев. – Это чистой воды миф, формирующий нематериальное конкурентное преимущество данной сети».

Пример подобной схемы приводит президент консалтин-

говой компании «Контакт-Эксперт» Григорий Трусов: торговля на Западе уже давно заманивает клиента словом «ликвидация». «Магазин ликвидируется, значит, все там продается с огромными скидками. На деле же „ликвидация“ может длиться годами, и вывески магазинов, бывает, даже ржавеют. Но это работает, значит, потребитель в это верит», – говорит Трусов. Заметим здесь, что «ликвидация» с некоторых пор активно работает и в России.

По словам экспертов, ниша «таможенных товаров» будет здорово выделяться на фоне всего розничного сектора, сталкивающегося с серьезными проблемами, – ее ждет серьезный рост. «Когда реальные доходы падают, безработица растет, а потребительское кредитование сокращается, мы наблюдаем смещение спроса в сторону наиболее доступных, самых дешевых предложений. Проще говоря, потребители экономят уже практически на всем, что не относится к разряду первостепенных, обязательных товаров и услуг, а в сегменте непродовольственных товаров длительного пользования тренд еще более очевиден», – говорит аналитик УК «Финам Менеджмент» Максим Клягин. В таких условиях ассортимент магазинов, подобных «таможенным», будет все более востребован. Образно выражаясь, в таких местах потребитель прежде всего покупает цену, а не товар, заключает гендиректор Magram Market Research Марина Малыхина.

«Конечно, „таможенные“ товары дешевы изначально – по причине невысокого качества. Но эти магазины делают ма-

ленькую наценку, работают на высоких оборотах, – отмечает Владимир Сметанников. – Главное, что они привлекли покупателя не только из низшего сегмента, а попали в так называемый сегмент „низкий плюс“, то есть получили публику, которая не ходит на вещевые рынки по причине неудобства или непрестижности, зато магазин, расположенный у себя в районе по соседству, посещает с удовольствием».

Как полагают аналитики, подобный бизнес будет приносить неплохие барыши. По словам Максима Клягина, ставки аренды в Москве, конечно, существенно разнятся в зависимости от локализации, типа объекта и т. д., но магазин площадью, например, около 100 кв. м вполне можно сегодня арендовать за 100 тыс. рублей. «При этом выручка составит \$150–200 с метра площади в месяц, – продолжает Клягин расчет. – Что касается рентабельности, то мы полагаем, что при оптимизированных схемах логистики она будет формироваться на уровне 10–15 %».

В последний день перед сдачей номера в печать корреспондент «Денег» позвонил по телефону, указанному в магазине в Старом Петровско-Разумовском проезде, и еще раз наудачу попытался найти директора.

– Он в командировке, но, даже если бы не уехал, на контакт не вышел бы.

– А куда уехал, если не секрет?

– В Китай...

Левый фарш

Качество как объект фальсификации

– Это боа стоит двенадцать долларов, а муфта – девять, – упорствовал полицейский. – Что вы тут толкуете про русские соболя?

Мальши опустилсЯ на грудь брёвен, и лицо его медленно залилось краской.

– Правильно, Всезнайка! – сказал он, с ненавистью глядя на полицейского. – Я заплатил двадцать один доллар пятьдесят центов за весь гарнитур. Я, Мальши, шикарный парень, презирующий дешёвку! Мне легче было бы отсидеть шесть месяцев в тюрьме, чем признатьсЯ в этом.

О. Генри. Русские соболя

В конце первого десятилетия третьего тысячелетия, несмотря на кризис, избалованных в «тучные годы» покупателей уже не устраивают просто товары. Им подавай бренды. Ведь во всем мире, как известно, покупают не товар, а марку. Наценка за бренд в стоимости статусных аксессуаров может превышать 80 %. На это уже давно делают ставку производители так называемых точных копий знаменитых марок часов, сумок, смартфонов и других игрушек для взрослых. Стоят такие подделки иногда на порядок дешевле оригинала, однако их качество зачастую не намного хуже. И все-таки подделка есть подделка... Хотя если ее трудно отличить

от оригинала даже специалисту, чем же она, собственно, хуже? И кто обманывает покупателей: производители дорогих брендов или те, кто их подделывает?

Никаких иллюзий

«Стопроцентные реплики телефонов Vertu», «копии элитных сумок и украшений Gucci», «VIP-реплики престижных часов Patek Philippe» – Интернет просто кишит сайтами, предлагающими осознанно приобрести подделки люксовых аксессуаров и модных гаджетов вроде iPhone. Как правило, ассортимент подделок в интернет-магазинах по качеству принципиально отличается от грошового «люкса», выложенного на уличных лотках. Например, копия кожаной сумки Hermes обойдется в \$350 (оригинал стоит около \$5 тыс.), копия мужских часов Classique от Breguet – в \$300 (оригинал – \$45 тыс.), копия iPhone 3G – в \$186 (оригинал – от \$600) и т. д. Конечно, смешно надеяться на то, что реплики будут стопроцентно соответствовать уровню указанной на них марки, но за деньги, несопоставимые с ценой «люкса» из подземного перехода, хотелось бы получить что-то более или менее добротное. Продавцы заверяют: соотношение «цена – качество» изделия в случае с высококачественными копиями оптимальное. Вдобавок такая подделка внешне практически неотличима от оригинала, и идентифицировать ее обычный обыватель-брендоман не в состоянии. Разуме-

ется, и в Интернете могут предложить ассортимент привокзальной площади по цене «элитных копий», однако это уже в расчете на полных лохов – на сайтах такой товар выставят бессмысленно.

Что же такое «качественные копии»? Например, как рассказала Анастасия, владелица интернет-магазина www.elite-replica.ru, качественные копии сумок Louis Vuitton или Prada сшиты из дорогой кожи, с аккуратными швами, аналогичная оригиналу фактура подкладки. По словам продавцов реплик швейцарских часов, внутри такого изделия стоит вполне добротный механизм, зачастую точно такой же, какой ставят в дешевые швейцарские часы. А корпус, изготовленный из менее прочных и дорогих материалов, на запястье практически неотличим от оригинала. Малоприметные различия заметит разве что профессионал. Почти все подделки родом из Китая, но ведь и детали оригиналов многих копируемых марок фабрикуются там же.

«Швейцарцы активно создают фабрики в Китае для производства различных компонентов – от корпусов и стрелок до механизмов, экспортируют свои технологии и оборудование. Но иногда жалуются: оборудование изнашивается подозрительно быстро. Трудолюбивые китайцы честно отгружают европейскому заказчику все, что произведено в первую смену. А после этого еще две смены выпускают точно такие же детали на сторону», – рассказывает Вячеслав Медведев, главный редактор журнала «Часовой бизнес». Так появляются

ся подделки, неотличимые от оригинала. По словам Медведа, значительную часть розничной цены престижных часов составляют наценка за бренд (маркетинговые расходы) и высокая розничная наценка, обусловленная низкой скоростью оборачиваемости таких товаров. Производители подделок не несут этих затрат. Поэтому качественная копия модели часов, оригинал которых тянет на \$5 тыс., вполне может стоить \$800.

Пока не ушел курьер

Оценить объем мирового рынка качественных копий практически невозможно. Можно только предположить, что крутятся на нем миллиарды долларов. Ведь подделки любят все. «В Африке, в частности в Уганде, рынок копий часов процветает, – рассказывает Мария Иванова, организатор путешествий по Африке. – Правда, там пока могут позволить себе лишь дешевку низкого качества – за \$2. Высокий спрос обусловлен африканской спецификой: денег очень мало, но если появляются, то хочется выделиться, шикануть. Там могут и сломанные часы носить, лишь бы все их видели. Мода на такие вещи подстегивается и телевидением, клипами о красивой жизни, где обязательно присутствуют машина, девчонки в мини-юбках и главный герой в таких вот побрякушках с рынка. Культивируется образ крутого черного с часами Rolex».

Однако рынок подделок процветает не только благодаря Африке и России, они в широком ходу и на Западе. Кризис повлиял на этот рынок, но не больше, чем на другие рынки товаров для среднего класса. По словам продавцов, наценка интернет-магазина составляет от 100 %. Затраты же при этом минимальны. Стоимость доставки в Россию одного изделия – сущие копейки (это контрабанда), налогов тоже нет, так как торговля идет вчерную. Остается лишь оплата телефонной связи и раскрутка интернет-сайта.

Человек, выкладывающий за хорошую копию \$300, хотел бы получить какие-то гарантии, например, иметь возможность вернуть брак. Вот с этим сложно. Часто продавцы сразу предупреждают: внимательно рассматривайте, вертите, пробуйте на зуб, пока не ушел курьер. Что-то не понравится – не берите, но если взяли – никакого возврата. Впрочем, продавцы копий телефонов Vertu или швейцарских часов иногда принимают на себя гарантийные обязательства. «Мы действительно оказываем полноценное комплексное сервисное обслуживание, у нас в штате два квалифицированных мастера, один, кстати, из „Консула“, у нас приемщики, курьеры, – рассказывает Михаил, менеджер одного из интернет-салонов копий элитных часов. – На механику у нас бесплатное гарантийное обслуживание от 12 до 18 месяцев, на кварцевые часы – 25 месяцев». Однако сервис, предоставляемый в салоне Михаила, скорее исключение. Обычно штаты интернет-салонов – один-два человека: владелец, он же

администратор сайта, он же закупщик, а другой – курьер. О сервисе в таких случаях и речи нет. Но если сломавшиеся часы покупатель может отнести показать в обычную часовую мастерскую, то со смартфонами или КПК сложнее. По словам представителей сервисных центров, занимающихся оригинальными моделями, подделку они не возьмут. Причина проста: в одних и тех же корпусах «типовой модели» может содержаться разное электронное наполнение в зависимости от конкретной китайской фабрики, поэтому комплектующие для подделок ремонтники заказать не в состоянии.

Безопасный имидж

По словам Анастасии, среди ее клиентов – покупателей копий сумок и украшений – есть и молодежь, и весьма состоятельные люди средних лет. Многие стали постоянными клиентами. Некоторые имеют и оригинальные вещи, но пополняют коллекцию добротными подделками.

«Копии имеются в коллекциях многих известных людей, – комментирует Михаил. – Такие копии иногда полезно надевать вместо оригинала из соображений безопасности. Обладатели дорогих часов часто становятся жертвами воров и грабителей, теряют и ломают часы. Замещение оригинала копией уже много лет практикуется на рынке ювелирных украшений, когда к дорогому украшению часто изготавливают совершенную копию для рискованных ситуаций».

Однако ошибаются те, кто считает, что люди покупают копии исключительно из-за бренда. Многим просто нравится интересный дизайн, но переплачивать за него они считают лишним.

«Ношу часы – копию модели Patek Philippe, которые приобрел через Интернет за 4500 рублей, – рассказывает художник Сергей Заграевский. – Они мне просто понравились, да и ходят хорошо. А то, что на них написано, меня мало волнует. Да, собственно, и надпись-то в приличном обществе никто разглядывать не станет. А если вдруг кто-то из друзей спросит, настоящий ли у меня Patek Philippe за \$200 тыс., то, разумеется, я не стану никого обманывать. Если человеку нужны нормальные часы, то покупка качественной копии оправданна. Даже если такие часы менять каждый год, если они вдруг сломаются или просто надоедят, то это все равно выгоднее, чем приобретать необоснованно дорогой оригинал».

Бывают, конечно, и уникальные ситуации. Известна история, когда наш бизнесмен приехал на переговоры к одному тexasскому скотоводу. Миллионер – мужик простой: «Э, какие у тебя интересные часики! Можно посмотреть?» Наш снимает свои золотые швейцарские часы и гордо показывает. Скотовод хитро улыбается, потом подзывает секретаршу и отдает ей часы. Через некоторое время секретарша возвращается и сообщает, что связалась со Швейцарией: часы настоящие, номер подлинный, стоят \$90 тыс. Техасец удовле-

творен и продолжает переговоры.

Впрочем, даже проверка по номеру не всегда поможет идентифицировать подделку. «Если копия недорогая, то, конечно, штампуется один и тот же индивидуальный номер, – комментирует Михаил. – Но на дорогих качественных копиях номера разные.

И они совпадают с оригинальными номерами».

Найди десять отличий

Как уже говорилось, китайский производитель вполне может изготовить точную копию люксового товара без особой потери в качестве. Но не все так просто, и за эксклюзивные вещи люди по-прежнему выкладывают огромные деньги.

«Настоящие сумки Hermes даже пахнут особо, не так, как обычная дорогая кожа, – рассказывает Екатерина Куликова, владелица элитного комиссионного магазина „Второе дыхание“. – Возможно, в них используется какая-то своя фирменная пропитка. В копиях этого нет. В оригиналах швы ручной работы – немного кривенькие. Подделать такое можно только руками же, но это уже для производителей копий будет невыгодно. В настоящих сумках Louis Vuitton рисунок никогда не режется швом, знаменитый логотип – монограмма LV – никогда не вделан в шов наполовину. Или такая мелочь: дорогие сумки имеют индивидуальный номер. Соответственно, номер на ключике должен совпадать с номером

на замочке. Ну и так далее».

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.