

О ТОМ, КАК ЧИЧВАРКИН

*продавал трусы
проституткам*

ЕСЛИ ТЕБЯ ИЗ СТА РАЗ ПОСЫЛАЮТ ДЕВЯ-
НОСТО ДЕВЯТЬ, ЗНАЧИТ, ТВОЙ БИЗНЕС НА ГРАНИ
РЕНТАБЕЛЬНОСТИ.

СПЕКУЛЯНТ ЛЕША

глава 1

На первое интервью к Евгению Чичваркину я пришел с полиэтиленовым пакетом.

Его помощница страшно расперевивалась, увидев мой пакет, — по ее представлению, к такому человеку, как ее шеф, следовало являться по меньшей мере с кожаным портфелем. У интервью был пустяшный повод, и я совершенно не думал о том, что иду на встречу с человеком, который будет владеть самой большой компанией, торгующей телефонами, и одной из самых больших розничных компаний России. С пакетом я пришел потому, что вышел из дома налегке, и мне некуда было положить бумаги, которые я взял в редакции. Помощница Чичваркина боялась, что он меня выгонит, увидев пакет. Я тогда не поверил, что это возможно, и не испугался.

Я тогда мало что знал о Евгении Чичваркине. Первый раз я услышал про «Евросеть» несколько лет назад. Я прочитал в Интернете, что какая-то компания устроила первоапрельскую акцию, в ходе которой бесплатно раздавала мобильные телефоны. Чтобы получить аппарат, нужно было раздеться догола. От желающих поучаствовать не было отбоя. Я тогда постарался запомнить название сети, чтобы никогда не заходить в ее салоны: акция мне не понравилась.

Я принадлежу к поколению людей, которое взрослело вместе с мобильными телефонами.

Помню, что, когда я учился в школе, мобильники были главным атрибутом анекдотов про тупых нуворишей. В студенческие годы они стали главным инструментом коммуникационного процесса: студент мог экономить на обедах, лишь бы хватило денег на связь. Затем люди моего поколения несколько протрезвели и стали относиться к телефонам прагматично, не желая тратить на них все деньги.

Когда компания «Евросеть» проводила свою акцию, был как раз «прагматичный» период. Мысль о том, что кто-то раздевается догола ради того, чтобы бесплатно получить мобильный телефон, меня покорила. Слава богу, я не видел происходящего своими глазами, потому что тогда я бы проникся к «Евросети» еще большим отвращением — очевидцы утверждают, что акция выглядела крайне неэстетично.

Так или иначе, это было все, что я знал в то время о компании «Евросеть». Если бы я знал тогда Чичваркина так, как знаю его теперь, я бы испугался за свой пакет. Впрочем, опасения помощницы оказались напрасны — все обошлось, Чичваркин даже не обратил на пакет внимания.

Теперь мобильники стали привычным девайсом любого уважающего себя человека. И вот Чичваркин сидит напротив меня в желтом кресле, положив ногу на подлокотник. Перед ним журнальный

столик, на котором вместо скатерти — зеленый флаг с логотипом федерального оператора «Мегафон» и надписью «Ударник труда, активный участник строительства абонентской базы». На столике — чашка черного кофе. На стене — плакат с надписью «Розница-мать зовет». В вязаной сумочке у Чичваркина два телефона — Sony Ericsson w800i (модель Walkman с улучшенными функциями воспроизведения музыкальных файлов) и Motorola C200 (до сих пор это одна из самых дешевых моделей Motorola и вообще одна из самых дешевых моделей). Оба телефона то и дело звонят, и Чичваркин сначала сдержанно спрашивает: «Кто это?», а потом говорит «да» или «нет», а иногда — «я перезвоню». И, наверное, от этих звонков у него очень утомленный вид: создается впечатление, что кому-кому, а ему-то телефоны только портят жизнь. Впрочем, может быть, человек просто устал.

Но меня немного напрягает его усталость, потому что ему сейчас предстоит решить сложную задачу: рассказать мне, каким, черт возьми, образом обычному студенту, который просыпался утром в квартире родителей, завтракал на тесной кухне, одевался, ехал на метро в институт и слушал занудные лекции, а потом окончил институт и устроился на какую-то там работу, — каким образом ему удалось стать одним из самых богатых людей страны. Как ему удалось превратиться во владельца лучшей

розничной компании, одного из самых известных российских бизнесменов, сделавших состояние не на «наведении порядка» на каком-нибудь там советском заводе или «оптимизации» налогообложения сырьевой компании, а на торговле мобильными телефонами, которые еще десять лет назад народ видел только в кино.

Ведь сейчас Чичваркину предстоит рассказать мне о том, чем он отличается от всех остальных, которые не могут стать самыми богатыми людьми страны, хотя они умны, образованны и энергичны. Важно, чтобы я понял это. Тогда я смогу донести это ценное знание до вас.

И вот что он мне рассказывает.

ВСЕРОССИЙСКАЯ АРМИЯ ПОСРЕДНИКОВ

Когда Чичваркин был первокурсником, ему позвонили и предложили купить самолет. Самолет уже отлетал не один десяток лет, но был еще на ходу. Хозяева, заполучившие его при разделе «Аэрофлота», хотели обратить его в деньги, разделить доли и разойтись. Студент Чичваркин предложению ничуть не удивился. Напротив, записал характеристики машины и цену. Спросил, где можно на нее посмотреть. И начал обзванивать знакомых. Сейчас он называет их всероссийской армией посредников.

Перепродавать вещи для него было делом привычным. Он уже торговал сигаретами, джинсами, спортивными костюмами, шерстяными колготками, сапогами и не понимал, что мешает включить в ассортимент новый товар — самолет.

Ничего, конечно, не получилось. Но Чичваркин говорит, что ему важно было хотя бы попробовать — его с детства привлекали сложные задачи. Еще школьником он предпочитал не стоять в очереди на каток, а перелезть через забор и не платить за вход. Денег было не жалко: благодаря родителям и своим предпринимательским экспериментам он в них не нуждался — накатавшись на коньках, домой ехал на такси. Интересно было быстрее других и с меньшими затратами попасть на каток.

Много зарабатывать тоже хотелось уже с детства. Когда Женю спрашивали, кем он хочет быть, он задавал встречный вопрос: «А кто больше всех зарабатывает?» Друг детства, с которым он жил в одном доме и ходил в один детский сад, — будущий партнер по бизнесу Тимур Артемьев — утверждает, что в школе № 28 Женя Чичваркин был одним из самых сильных учеников. «Он не был совершенством, но был одним из лучших, — вспоминает Артемьев. — С одной стороны, это позволяло чувствовать себя победителем, но, с другой стороны, приходилось драться, и драться серьезно, с самыми серьезными

противниками». Артем Перевозчиков, с которым Женя подружился в старших классах, вспоминает, что будущий лидер «Евросети» постоянно писал за него контрольные по математике — друзья обычно сидели за одной партой, а с математикой у Перевозчикова было неважно.

Но чаще Артем и Женя не столько помогали друг другу в учебе, сколько устраивали различные хулиганские перфомансы, поскольку, по выражению Перевозчикова, «желание шалопайничать было беспредельным». Однажды военрук, который вел уроки по гражданской обороне, подготовил к показу учебный фильм и куда-то отошел. Друзья перемотали пленку, чтобы пустить фильм задом наперед. Впрочем, любимым занятием на уроках гражданской обороны было петь на задней парте, надев противогаз. «Если открыть нижнюю часть противогаза, звуки получаются уникальные», — утверждает Перевозчиков.

Чичваркин ходил в школу с четырехкилограммовым магнитофоном «Электроника-302» и слушал во дворе музыку «Наутилус Помпилиус», «ДДТ», «Гражданской обороны». Он был не единственным, кто приносил в школу магнитофон, и учителя в конце концов решили конфисковать всю технику. И действительно отобрали магнитофоны — у всех, кроме Чичваркина. Тот его просто не отдал. Защищая магнитофон силой, он даже нанес травму

завучу — прищемил ему руку дверью. «Это была самооборона, — говорит Чичваркин. — Или, вернее, оборона магнитофона. Я бы его ни за что не отдал. Я ведь понимал, что родители не могут потратить 144 рубля на покупку еще одного магнитофона, а другого источника получения столь необходимых мне звуков не было».

Иногда выходки будущих предпринимателей были довольно жестокими, как это, в общем-то, часто бывает у детей. Например, друзья развлекались тем, что силой заталкивали школьного изгоя по имени Миша в автобус, который без остановок ехал от станции метро «Октябрьская» до аэропорта «Внуково». Или пугали прохожих ружьем со спиленным бойком, которое хранилось дома у одного их приятеля, — они «заряжали» его серой, открывали окно первого этажа, привлекали внимание какой-нибудь бабушки и «стреляли». По словам Перевозчикова, подход Чичваркина к хулиганству всегда был «конъюнктурным». В устах вице-президента «Евросети» это положительная характеристика. «Беспредельничать хотелось всегда, но Женя хорошо понимал, когда можно хулиганить, а когда это себе дороже», — поясняет он.

В старших классах Чичваркин поставил первые торговые эксперименты (по-моему, почти дежурный факт для любого будущего миллионера). Сигареты «Космос» стоили тогда 70 копеек, но од-

нокласники готовы были покупать их по рублю — в ближайших магазинах они быстро заканчивались. Чичваркин не курил (не курит до сих пор), но ходил за сигаретами в соседний микрорайон, где они всегда были в продаже, потому что там стояли незаселенные новостройки. Потратив на дорогу не более десяти минут, он получал по 30 копеек с пачки. Он говорит, что уже тогда «появление денег из ничего» его вдохновило. Аналогичные операции он проделал с грампластинками и лаком для ногтей.

Повзрослев, Чичваркин начал перепродавать вещи через комиссионные магазины. Схема была тривиальна: он покупал вещи в магазине, где они стоили подешевле, и сдавал их в другой магазин — подороже. Например, приобретенный в одной комиссионке за 50 рублей спортивный костюм с изображением Микки-Мауса можно было в другой продать за 400 рублей.

Когда пришло время выбирать институт, отец принес ему список всех московских вузов. Евгений прежде всего постарался учесть свои будущие коммерческие интересы. Он заперся в комнате, лег на кровать и стал думать. Обвел глазами комнату: коробка из-под сапог, набитая аудиокассетами с записями Rolling Stones и Дженис Джоппин; «плакатный» уголок с Джимом Моррисоном, Элвисом Пресли и Высоцким; игрушечный пингвин с «переходящей

сушкой» на носу (когда класс Чичваркина ездил в колхоз на прополку моркови, Евгения сделали бригадиром, и он вешал «переходящую сушку» над кроватью лучшего работника, чтобы хоть как-то мотивировать ребят)... «Из Москвы уезжать не хочется: на Арбате мои сапоги продаются», — подумал Евгений и выбрал Государственную академию управления. В ней училась его мама, а папа занимался там на курсах. Кроме того, в Академии был автотранспортный факультет: поступить на него было не так уж трудно, а после окончания можно было устроиться на АЗЛК, где делали автомобили «Москвич».

В этом смысле Чичваркин мало чем отличается от миллионов студентов, которые не очень-то хорошо знают, чего хотят от жизни, и выбирают институт абы как. В этом смысле Чичваркин мало чем отличается от миллионов взрослых людей, на судьбу которых выбор института никак не повлиял.

И вот что еще рассказывает Чичваркин.

«ИДИ И ПРОДАВАЙ, ЧТОБ Я ТЕБЯ НЕ ВИДЕЛ»

Обычной студенческой жизни у него не получилось. Вскоре после того как в 1991 году была разрешена свободная торговля, по всему городу стали открываться стихийные рынки, которые Чичваркина, по его словам, «волновали».

— Почему? — спрашиваю я.

— Потому что это были деньги просто так, — улыбается лидер «Евросети». — Когда понеслось, в неразберихе зарабатывать деньги стало настолько просто, что прямо ничего не надо было делать.

Первым торговать на рынке стал Артем Перевозчиков — его отец, учитель физики, решил воспользоваться своими связями в Грузии, через которую в Россию из Турции шли потребительские товары, и начал челночить. Сын тоже включился в торговлю и вышел на рынок в Столешниковом переулке с большой партией мужских трусов. Трусы были безразмерные — в том смысле, что размер на них не был указан. Некоторые экземпляры можно было натянуть хоть на слона, а другие годились только для мужчин скромной комплекции. Перевозчиков раскладывал трусы по коробкам, не обращая внимания на размер, по цветовому принципу — чтобы продать непопулярные расцветки вместе с популярными. Люди жаловались редко. Другьям о своем предпринимательском опыте Перевозчиков не рассказывал. «Не то чтобы было как-то стыдно, да и секретов у нас друг от друга не было, — вспоминает он, — но торговля трусами стала новым этапом жизни и наших отношений, и мы не были готовы об этом говорить». На самом деле, почти всем постсоветским людям

торговать на рынке было не «как-то стыдно», а по-настоящему стыдно. Будущий конкурент Чичваркина Максим Ноготков признается, что тоже стыдился, когда вышел первый раз торговать на рынок: ему казалось, что он занимается нехорошим делом — купил дешево, продает дорого. Нет чтобы всем рассказать, где можно дешево купить!

Скрыть от Чичваркина предпринимательскую деятельность и торговлю трусами Перевозчикову не удалось — однажды они столкнулись в Столешниковом переулке, где Перевозчиков выставил огромную — размером с диван — коробку с товаром. «Я обратил внимание на то, что Женя призадумался», — вспоминает Артем. Чичваркин действительно призадумался и вскоре решил последовать примеру друга. Пообщавшись с торговцами в Столешниковом, он выяснил, что на пустыре за Дворцом спорта «Олимпийский» рынок лучше. Собрав дома какое-то ненужное барахло — костюм, кроссовки, блок сигарет, жвачку, — он поехал торговать туда. В первый же день удалось продать несколько вещей и заработать немного денег.

Но на «Олимпийском» рынке Чичваркин не задержался — переходил с одного рынка на другой, искал место получше, знакомился с людьми. Иногда ему помогал Тимур Артемьев. Однажды ему кто-то рассказал, что в Люберцах в магазине продаются дешевые лезвия — всего по 19 рублей.

Женя с Тимуром закупили их, а потом продали в Лужниках по 25 рублей.

Постепенно удалось наладить контакты с группами челноков, привозивших товар из-за границы — прежде всего из Турции. Турецкое барахло продавалось влет, несмотря на ужасающее качество. Неплохо удалось заработать на купленной по случаю партии модных шортов. Рекордные продажи Чичваркин сделал на азиатской подделке «гламурных» меховых заколок «Софист о Твист». Он стоял, нацепив их на голову, как живой манекен, и продал за день 1200 штук.

Скоро Чичваркин понял, что по сравнению с торговлей через комиссионные магазины процесс создания денег из ничего в новых условиях значительно ускорился. Иногда он занимал не более пять минут: например, когда Евгений брал коробочку «Сникерсов», открывал крышку, рисовал на ней цену и пробегал между рядами на рынке.

Надо сказать, что «Сникерсы» были уникальным явлением 1990-х годов. Компания Mars постоянно показывала по телевидению рекламный ролик, в котором брутальный брюнет нерусского происхождения энергично двигал челюстями, пережевывая батончик. Зараза проникала в сознание помимо воли. Мой брат, будучи студентом, работал по ночам охранником в одном заведении,

торговавшем в числе прочего шоколадными батончиками. Как и любой другой охранник, он считал своим долгом компенсировать маленькую зарплату за счет присвоения некоторой части охраняемого имущества. За месяц он набирал десяток-другой «Сникерсов». Мы с ним запирались в комнате и почему-то тайком от родных устраивали шоколадный пир (мне кажется, что мы не хотели делиться, хотя сейчас эта мысль кажется абсолютно абсурдной). Даже бабушка стала дарить нам «Сникерсы» на семейные праздники, а в моем студенческом меню они вытеснили беляши и пирожки с мясом.

Большинство торговцев на рынках составляли студенты, так же, как и мы с братом, одурманенные рекламой. Неудивительно, что шоколадные батончики были нарасхват. Пробежав по рядам, Чичваркин зарабатывал иногда до 400 рублей — примерно три стипендии. Он утверждает, что человек, бегающий со «Сникерсами» между рядами, мог заработать больше, чем те, кто торговал в этих рядах.

Через знакомых торговцев Чичваркин вышел на спекулянта Лешу, который научил будущего владельца «Евросети» основам торговли. Это был опытный предприниматель. Он занимался спекуляцией всю свою сознательную жизнь и три раза сидел за это при старом режиме. Чичваркину он

казался сказочно богатым: у него был «Москвич» с тюнингом. Хотя Леша разговаривал исключительно матом, понять его главный постулат было нетрудно. «Если тебя посылают на х..., это нормально. Тебя должны послать на х... сорок девять раз. А в пятидесятый раз должны согласиться. Если тебя из ста раз посылают девяносто девять, значит, твой бизнес на грани рентабельности. Если из ста раз соглашаются три раза, значит, у тебя все в порядке, и ты занимаешься тем, чем надо», — так наставлял Леша Чичваркина.

Чтобы научить Чичваркина ничего не бояться, Леша привел его на рынок и дал задание: продать партию водки по цене на 10 % выше рыночной. «Бери бумажку, напиши “послали на х...” и ставь крестики», — сказал Леша. Чичваркин подходил к каждой палатке и предлагал дорогую водку. Одни вежливо отказывались, другие действительно посылали на х... Но и в том, и в другом случае Чичваркин ставил крестик. Когда их набралось чуть больше двадцати, кто-то неожиданно заинтересовался товаром. Сделка состоялась — Леша поставил партию водки по завышенной цене, а Чичваркин получил небольшой процент.

«Ты м..., — говорил Леша. — Ты здоровый молодой м... Ты только учишься и ни хрена не делаешь. За те восемь часов, которые ты тратишь на то, что едешь в институт, сидишь там и возвращаешься

обратно, можно заработать столько денег, что набьешь полный холодильник еды. А то почему же ты ходишь в дырявых штанах и голодный? Это я старый и больной, мне уже ничего не надо, а ты, такой лось, иди и продавай, чтобы я тебя не видел».

Это сейчас владелец «Евросети» ходит в дырявых джинсах по собственной воле, потому что так ему больше нравится, а тогда он мог только глазеть на витрины бутиков с дорогими шмотками, а одевался в то, что не жалко было испачкать.

Чичваркин следовал советам Леши — шел и продавал. Он был хорошим учеником и вскоре среди челноков стал считаться специалистом по продаже «проблемного» товара, которого было немало — турки подделывали джинсы Levi's так бессовестно, что забывали даже о петлях для пуговиц, а краска с курток слезала еще на прилавке. Но Чичваркин умудрялся продавать все — даже пиджаки, у которых один рукав был короче другого.

На квартире родителей Евгений перебирал тюки с товаром. Заделывал дырки там, где они были не нужны. Прорезал там, где их не хватало. Он говорит, что после упражнения с крестиками продать бракованный товар по обычной цене стало для него делом принципа. Задачу облегчало то, что конкуренты были на удивление неизобрета-

тельны. Куртки были всего двух расцветок — синие и черные. Продавцы на рынках вывешивали всего два образца, а Чичваркин — много, и хотя у него куртки были все тех же двух расцветок, выглядели они более представительно. В технике продаж он брал пример с азербайджанцев: например, выходил из палатки навстречу покупателям. «Русские сидели в палатке, а я выходил прямо на середину прохода, — вспоминает Чичваркин. — Вижу, девушка идет в зеленой юбке, хватаю зеленую кофту: “Вам идет зеленый цвет, купите”. Но, наверное, главное коммерческое ноу-хау Чичваркина состояло в том, что он гладил одежду перед продажей. У всех на рынке куртки висели мятые, а у Чичваркина — отглаженные. Только за счет этого их готовы были покупать на доллар дороже.

Каша в головах покупателей была настолько ужасающей, что они готовы были брать все что угодно — лишь бы в заграничной упаковке. В виде эксперимента Чичваркин продал костюм, в котором ходил четыре года, — даже надпись на ярлыке стерлась. Чтобы его «толкнуть», оказалось достаточно одной стирки и одного турецкого целлофанового пакета.

Рассказывая об этом, Чичваркин хватается за голову: «Ты только представь, какой получится образ предпринимателя!» Он уже не первый раз за время рассказа примерно так восклицает, и стано-

вится понятно: теперь, когда он владеет компанией с оборотом в \$2,6 млрд, у которой 5000 салонов в странах СНГ и которая готовится к IPO, ему немного стыдно за некоторые поступки, совершенные в прошлом. Но в то же время мне кажется, что ему нравится вспоминать, с каких смешных вещей все начиналось.

КОНТЕЙНЕР С ПИВОМ УКРАЛИ

Чичваркин говорит, что на учебе в институте его коммерческая деятельность практически не сказывалась. Как и в школе, он не был самым прилежным учащимся, но необходимую для продолжения обучения оценку всегда получал. А торговля на рынках не только не мешала процессу, но и помогла ему.

Каким был обычный день обычного студента? Обычный студент с трудом просыпался примерно в половине двенадцатого, ехал на последнюю пару в институт, потом шатался без дела, а вечером веселился на вечеринке, где выпивка покупалась на деньги друзей, потому что свои давно закончились. Каким был обычный день Чичваркина? Чичваркин вставал в пять утра, ехал на метро первым поездом с тюками в Лужники, меньше чем за час распродал весь товар, отправлялся в институт и с пятнадцатиминутным опоз-

данием приходил на первую пару, бодрый и краснощекий. Вечером он ставил выпивку друзьям, у которых стипендия давно закончилась.

Впрочем, скоро институтская жизнь начала переплетаться с коммерческой. На рынке в Лужниках сменились хозяева, они подняли плату за точку, и торговать там стало невозможно. Тогда Чичваркин за один день организовал в институте пункт проката видеокассет, изрядную часть клиентов которого составили студенты из южных республик и преподаватели — и те, и другие имели одинаково устойчивый интерес к порнографии.

Артем Перевозчиков говорит, что его друг еще со школьных лет проявлял лидерские качества и умел собрать компанию. Например, он любил принимать гостей. Ну какое пиршество может устроить старшекласник? Чичваркин приглашал друзей на пельмени. «Сварит две пачки, посыплет их тертым сыром, купит портвейнчик. Казалось бы, что еще для счастья надо?» — вспоминает Артем. Правда, он утверждает, что отношения со сверстниками у Чичваркина были непростые — настоящих друзей у него было мало. Однако с их школьной дружбой не случилось того, что обычно происходит: после школы пути разошлись, но дружба не умерла. Перевозчиков, Артемьев и Чичваркин встречались по вечерам, пили пиво, гуляли с девушками. «С Женей

всегда было интересно, — говорит Артем. — Каждый раз, когда мы расставались, нам казалось, что мы еще многое не успели обсудить».

Приятельские, но неглубокие отношения с сокурсниками ничуть не мешали, а, может быть, даже помогали коммерции. Зампред профкома, от которого зависело получение разрешения на открытие пункта видеопроката, учился на одном курсе с Чичваркиным. Сначала Евгений договорился с ним, потом со всеми знакомыми сокурсниками, у которых дома валялись ненужные кассеты. Пункт проката разместился напротив институтской столовой. Просмотр кассеты стоил 2000 рублей. Из них 500 рублей получал продавец, 500 — владелец кассеты, 600 — профком, а оставшиеся 400 — Чичваркин. Студенты из южных республик затаривались порнографией открыто, а преподаватели обычно говорили, что им нужно, оставляли пакет (примерно такой, с каким я пришел на первое интервью к Чичваркину), а потом забирали кассеты в нем.

Пункт видеопроката просуществовал полтора месяца. Рентабельность была невысока — прежде всего потому, что продавцы-студенты предпочитали раздавать кассеты знакомым бесплатно. Но вскоре Чичваркин нашел другое применение сокурсникам — он начал вовлекать их в рыночную торговлю. Бизнес разрастался, товара становилось

больше, чем Чичваркин мог продать сам. Через некоторое время на него уже работало десять человек на трех рынках. Зачастую он покупал вещи у одного сокурсника и поручал перепродавать их трем другим. Исключить Чичваркина из цепочки они не могли — просто потому, что не знали друг друга. «Все беды человечества происходят от недостатка информации», — улыбаясь, констатирует Чичваркин.

Среди «партнеров» Чичваркина были не только сокурсники. Товар на продажу брала и соседка с первого этажа. Она приехала в Москву из Мордовии, работала дворником и приторговывала на рынке в Черемушках. Увидев, что Чичваркин таскает тюки, попросила дать ей товар на продажу. Евгений спросил, почему она будет его продавать. Соседка назвала цену на доллар выше той, по которой продавал Чичваркин. Он подумал, что она ничего не продаст. Но уже на следующий день женщина сумела сбывать половину партии. «До чего же люди ленивы — не могут проехать две остановки на метро, чтобы блузку на доллар дешевле купить», — несмотря на уроки спекулянта Леша, до сих пор удивляется Чичваркин. Но соседка на несколько лет стала его надежным партнером и даже вовлекла в торговлю свою дочь.

Летом Чичваркин поехал на юг уже далеко не бедным студентом. Отдохнул так хорошо, что

вернулся в Москву почти без денег — в кармане осталось десять рублей. Вернувшись, обнаружил, что, кроме этих десяти рублей, у него ничего и нет. Перед отъездом он купил контейнер с пивом и дал деньги в рост студенту Академии и партнеру по имени Дима, который входил в группу торговцев, привозивших крупные партии товара из-за границы (ездить за рубеж Чичваркин боялся, ему больше нравилось торговать). Контейнер с пивом украли, а Дима уснул за рулем и врезался в столб на скорости сто сорок километров в час. Чичваркин лишился и товара, и денег: подоспевшие гаишники посчитали собственность Димы своей. Они даже сняли с пальца еще живого человека перстень-печатку. Товарищ Димы, который был с ним в машине и чудом спасся, потом говорил: «Хорошо, что хоть зуб золотой не вырвали». То, что не украли милиционеры, «подобрал» один из партнеров.

Остаться на плаву удалось только благодаря все тому же Леше — еще до поездки на юг он привлек Чичваркина к торговле тайландскими трусами из двух ниточек, предназначенными для проституток. По наводке спекулянта Чичваркин выставил трусы на продажу в палатках, расположенных рядом с гостиницами. Если трусы брать не хотели, то он говорил так: «У вас тут гостиница, в гостинице проститутки, проституткам нужны трусы». И продавцы соглашались. Подсчитав дохо-

ды от продажи трусов, Чичваркин понял, что от нескольких тысяч у него осталось всего \$50. «После этого случая я совершенно перестал копить деньги, предпочитал всю прибыль тратить на жизнь, — говорит Чичваркин. — Жизнь началась с чистого листа».

Отпуск самурая

Однажды я слышал, как два японца спорили, чья компания круче. У одного шеф не был в отпуске с 1996 года. На что другой ответил, что его начальник не отдыхал с 1991года.

На мой взгляд, это противоестественное отношение к работе. Люди работают, чтобы получать деньги. Деньги — средство достижения свободы. Если с удовольствием заработанные деньги позволяют наполнить жизнь впечатлениями и удовлетворить страсть к познанию, жизнь удалась. Если ты работаешь так, что света белого не видишь, зачем ты работаешь?

Конечно, у восточных людей есть страсть даже не к зарабатыванию денег, а просто к хождению на работу. Каждый второй японец готов создавать какой-нибудь новый продукт не восемь месяцев, как положено, а шесть недель и чуть ли не в офисе под себя

ходить, прилипнув к компьютеру. Но европейцы тоже часто делают работу бессмысленной, правда, по-другому: во многих западных странах люди планируют потребление на десятилетия вперед. Но ведь деньги надо использовать творчески, тратить их — мудрый труд. Можно просто нажимать на кнопку «удовольствие» (едешь на пляж или в Диснейленд). А можно заставлять мозги трудиться, познавать мир или посвящать время творческому хобби.

Конечно, если ситуация на работе требует твоего участия, надо впрягаться. Но если нужно впрягаться надолго, правильно разделить работу с кем-нибудь еще. Поэтому, если я вижу, что топ-менеджеры в нашей компании «зашиваются», порой насильно заставляю их брать помощников. Кроме того, сейчас хочу дать продавцам «Евросети» возможность работать по четыре часа в день. Так мы привлечем свободомыслящих людей, которые готовы работать, но хотят при этом полдня ходить по своим делам.

У меня отношение к работе перевернулось весной 1995 года, когда я решил накопить денег, чтобы поехать с будущей женой в Сочи. Что нужно человеку, который мечтает попасть с грязного рынка на солнечный берег, к соленой водичке? Отвести девушку в лучший

ресторан, где вживую играют аж семеро музыкантов. Чтобы заработать на этот отдых, я ставил будильник на 4.45 утра. В шесть уже был на рынке в Лужниках. Распродав товар, успевал еще к первой паре в институт. Длилось это дней сорок. Я уже накопил достаточно денег — хватало и на отдых, и даже на шопинг. До отпуска оставалось три дня. Я решил, что эти три дня доработаю, а вот на юге высплюсь и отдохну. И вот я сплю и вдруг слышу голос: «Плати за место». Всканиваю в холодном поту, смотрю на будильник. В этот момент он щелкает и начинает звонить. Тогда я послал все это подальше. Выключил будильник и стал спать.

Трудоголик напоминает водителя, который долго и целеустремленно едет на машине на очень маленькой скорости. Потому что передачу не догадался переключить. У него процесс ради процесса. Лучше быть результатоголиком — работать на результат. Еще лучше — победоголиком.

#7 (190) / 2007

* * *

Мы беседуем уже почти час. Телефоны звонят не переставая. Sony Ericsson то и дело голосом Земфиры начинает нашептывать начало шлягера «Сколько было долгих поцелуев». Уставший Чичваркин почти сполз с кресла. Ступней зацепился за подло-

котник. Поза немного странная, но почти по-детски естественная. Будучи журналистом, пишущим о бизнесе, я встречался со многими владельцами крупных российских компаний. Но я не знаю ни одного предпринимателя, управляющего компанией с оборотом свыше \$100 млн, который позволил бы себе сидеть в такой позе во время деловой встречи. Журналист, конечно, не бог весь кто, но все же это деловая встреча, потому что и для меня, и для Чичваркина интервью — это работа.

Я думаю, многих людей, знающих манеру поведения Чичваркина, мучает вопрос: почему он позволяет себе сидеть вот так? Возможно, потому, что хочет, чтобы я об этом написал. Ведь он делает много других удивительных вещей только ради того, чтобы о них написали. С другой стороны, может быть, ему просто нравится так сидеть. А возможно, и то, и другое сразу.

Но сам Чичваркин уже увлекся прошлым, и я знаю, что пока придется отложить этот вопрос на потом.

И вот что он мне рассказывает.

ЛЮБИМАЯ ЛУЖА

В новой жизни, которая после разорения началась с чистого листа, Чичваркину представилась возможность вернуться на любимую «Лужу» — этим

словом он называет рынок в Лужниках. Встать на точку ему предложила «группа спекулянтов», которая владела рыночным прообразом магазина-дискаунтера.

Хитом продаж этой группы были индонезийские синтетические блузки, которые спекулянты умудрялись закупать очень дешево и возить в Москву большими партиями. Они ставили минимальную наценку, продавали в десяти точках и делали деньги на сумасшедшем обороте. Впрочем, у них был не самый большой оборот в Лужниках. Самый большой оборот был у оптовиков. Однажды Чичваркин видел человека, который из последних сил тащил огромный баул с наличными. Он никак не мог с ним совладать, потому что был пьян. Падал, разбивал лицо, поднимался и снова падал. За ним плелся охранник с оружием — такой же пьяный, как и его «объект».

Чичваркину в «дискаунтере» отвели роль простого торговца — ему даже выделили «полместа» (то есть один квадратный метр, а не два). Евгений, впрочем, не расстроился и усовершенствовал форму презентации товара. Из удочек и железяк он соорудил конструкцию в форме буквы «Т», позволяющую размещать дополнительные вешалки с одеждой на высоте 4,5 метра над землей и продавать на одном квадратном метре в два раза больше товара, чем на двух. Конструкция стала популярной — Чичваркин

утверждает, что потом ее копировали другие торговцы.

На рынке было плохо с питанием — какие-то тетушки продавали беляши, есть которые Чичваркин побаивался. Поэтому обычно он либо брал с собой бутерброд из двух половинок батона, либо целый день ничего не ел. Когда возвращался вечером домой, бабушка его будущей жены спрашивала: «Ну что, с работы? Почаевничаем?» Вместо того чтобы «чаевничать», Чичваркин варил себе килограмм пельменей, натирал полкило сыра, добавлял в блюдо специи и почти целую пачку масла и все это с удовольствием съедал.

Работа продавцом в Лужниках не означала отказа от собственной предпринимательской деятельности — Чичваркин по-прежнему перепродавал товар через своих «партнеров» из Академии. На последнем курсе он уже стал опытным коммерсантом и в другой роли себя уже не представлял. С этим смирились даже родители, которые долгое время не могли поверить в то, что такая деятельность может стать серьезным занятием.

Отец, пилот гражданской авиации, постоянно твердил, что все это несерьезно, но то и дело предлагал помочь деньгами, да и к организации в квартире швейной мастерской для «подработки» бракованных джинсов отнесся терпимо («Парень сам зарабатывает деньги»). Мать, которая работала

в Министерстве внешней торговли, несколько лет скрывала от сослуживцев, что ее сын торгует на рынке, но когда он уже учился на последнем курсе, не выдержала и принесла на работу колготки и индонезийские блузки. Ездить по рынкам сотрудникам министерства было не с руки, поэтому распродажа на рабочем месте имела успех.

Окончив Академию, Чичваркин женился, съездил в свадебное путешествие на юг, а когда вернулся в Москву, обнаружил, что его место в Лужниках занято. Ждать, когда оно освободится, надо было до сентября.

Вот здесь и появляются в этой истории мобильные телефоны. Тимур Артемьев, с которым Чичваркин торговал лезвиями, взял его за горло — он организовал бизнес по продаже мобильных и хотел, чтобы Чичваркин поделился своими идеями о том, как продавать телефоны. «Мне казалось, что это просто потрясающий бизнес, и я был абсолютно уверен в том, что Жене нужно к нему подключиться, потому что это гораздо лучше, чем торговать в «Луже» ширпотребом», — вспоминает он. Чичваркин не любил технику и не интересовался новинками — чтобы освоить пейджер, ему пришлось потратить на чтение инструкции около двух часов. Поэтому он долго сомневался — Артемьеву пришлось уговаривать его несколько дней.

Надо знать себя

В идеале владельцу бизнеса хорошо бы осознавать, в чем его сильная сторона, что вызывает у него предпринимательский азарт. Я ничего не понимаю в продукте, зато понимаю в продажах и получаю от их организации удовольствие. Мы даже рекламу предпочитаем делать сами, хотя работаем и с рекламным агентством. Недавно мне представили рекламную концепцию. Я принес наше портфолио и показал, что мы делаем сами. Рекламисты встали, извинились и ушли.

Надо знать себя и плотно заниматься тем, что получается. А для других задач найти менеджера, у которого к этому талант, и платить ему много денег. Если владелец с азартом занимается одним из ключевых факторов бизнеса и у него есть к этому способности, хорошо. Если он может тянуть сразу два направления, его бизнес из обычного корабля превращается в катамаран. А катамаран не перевернешь.

Чичваркина привлекла новизна и сложность дела. Он утверждает, что постоянно искал новые возможности для бизнеса и даже подумывал о том, чтобы начать торговать яйцами на рынке у станции метро

«Динамо», где он никогда прежде не работал. Там не было ни одной яичной точки, и хозяева были готовы три месяца брать за нее по \$10 вместо обычной платы — \$2000. Чичваркин говорит, что у них был правильный подход к бизнесу, который они привили и ему: интересы клиента — прежде всего. В поисках дешевых яиц он объездил множество предприятий и нашел товар, но торговать им не стал.

Не стал торговать потому, что ему хотелось продавать не яйца, а рыбу. Ведь яйца — товар «тупой», скучный, а рыба — сложный и интересный. Яйца все одинаковые, а рыба разная. Яйца хранятся месяц, рыба — сутки. Яйца никто не контролирует, за рыбой следит Рыбнадзор. Поэтому наценка на яйца низкая, а на рыбу — высокая. Большая наценка в сложном бизнесе интереснее — если ты все правильно делаешь, со всеми договариваешься и умеешь быстро продавать, ты много зарабатываешь. А если ты м..., нюхаешь тухлую рыбу.

Вы, наверное, заметили, что я уже не первый раз пишу слова с точками. Я ставлю точки, потому что не могу написать некоторые слова, которые произносит Чичваркин, — ведь это все-таки книга о бизнесмене, а не произведение современной литературы. С другой стороны, я должен сделать так, чтобы вы понимали, какие слова в действительности употребляет Чичваркин. Ведь если вместо слова «м...» написать «лопух» или «недотепа», Чичваркин

в книге получится совсем не таким, какой он в жизни. Поэтому без этих слов не обойтись, но я обещаю, что постараюсь не злоупотреблять ими.

Денег на «рыбный бутик» у Чичваркина тогда не было, потому идея так и осталась идеей. От нечего делать Чичваркин и согласился поторговать телефонами — все же они были интереснее яиц. «Я посижу у тебя неделю, — наконец сказал он Тимуру. — А первого сентября вернусь в «Лужу» на свое место С5-23».

Мне даже не надо спрашивать, вернулся ли Чичваркин на место С5-23.