



БИЗНЕС И ИММИГРАЦИЯ В США

Как процветать
на Диком Западе
после иммиграции



ПАВЕЛ ДМИТРИЕВ

БИЗНЕС И ИММИГРАЦИЯ В США

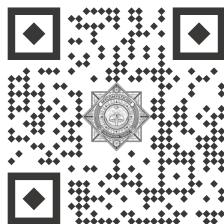
Павел Дмитриев



Павел Дмитриев

Бизнес и иммиграция в США / П. Дмитриев, — Майами:
Издательство IMMORTALITY Research Institute Inc., 2025. — 422 с.

Все права защищены. Ни одна часть этой книги не может быть воспроизведена, сохранена или передана в какой-либо форме — будь то аудио, графика, механическое или электронное средство — без письменного разрешения издателя и автора, за исключением кратких цитат, используемых в критических статьях и обзорах. Несанкционированное воспроизведение любого фрагмента данной книги является нарушением закона и подлежит юридическому преследованию.



mycomysticism.com

© 2025 Павел Дмитриев.
Все права защищены.

ОТКАЗ ОТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Все мнения, высказанные в этой книге, являются личными субъективными взглядами автора и не претендуют на объективность или истину в последней инстанции.

Любые упоминания реальных лиц, компаний или организаций носят исключительно информационный характер и отражают личный опыт и восприятие автора. Результаты, описанные в книге, являются индивидуальными и не гарантируются для каждого читателя.

Автор не несет ответственности за любые действия, предпринятые читателями на основе информации из этой книги. Перед принятием любых бизнес-решений, включая инвестирование, иммиграцию, покупку недвижимости, открытие бизнеса, а также в ситуациях, связанных с личным здоровьем, финансами и безопасностью, рекомендуется консультация с квалифицированными специалистами, такими как юристы, налоговые консультанты и врачи.

Все товарные знаки и бренды, упомянутые в книге, принадлежат их законным владельцам. Книга предназначена для лиц старше 18 лет.

Несанкционированное воспроизведение любого фрагмента данной книги является нарушением закона и подлежит юридическому преследованию.

© 2025 Павел Дмитриев.
Все права защищены.

Кто такой Павел Дмитриев?



- Король целителей, миллионер и филантроп, изменивший жизни тысяч людей по всему миру.
- Целитель миллиардеров и элиты, первоходец в терапевтическом использовании энтеогенных грибов и растений.
- Создатель Musomysticism — новой религии, призванной пробудить духовность и запустить личную трансформацию по всему миру.
- Автор легендарного тренинга «Гипно-Коучинг».
- Основатель American Academy of Hypnosis и American Academy of Business.
- Основатель Immortality Research Institute Inc. и Mushroom Church Inc.
- Персональный гипнотерапевт, которому доверяют известные американские политики и звезды Голливуда.
- Визионер, бросивший вызов последней границе человеческого существования — самой смерти.
- Автор 28 бестселлеров, один из которых был лично подарен им президенту США Дональду Трампу и сейчас хранится в библиотеке Белого дома. Его книги издаются на английском и испанском языках, находясь преданных читателей по всему миру.

Содержание

Предисловие	10
Немного о себе.....	12
Глава 1. Различия между СНГ и США	14
Менталитет людей.....	14
Факты из жизни обычного жителя Америки.....	23
Топ-10 табу для американцев, которые надо знать.....	44
Правосудие	52
Основные отличия ведения бизнеса в США и СНГ	58
В чем причина большой разницы в ведении бизнеса между США и СНГ?.....	60
Знать свое место на рынке и понимать конкуренцию.....	63
Циклы развития бизнесменов в США и СНГ	64
Про увольнения и работу с персоналом.....	68
Выходец из СНГ и американский работник	70
Плюсы США.....	73
Выводы	76
Дикий Запад, или Бессистемность в странах бывшего СССР	78
Глава 2. Стратегическое планирование жизни в США	80
Рекомендации друзей, или «Послушай и сделай наоборот»	81
Образование и формы правления в США.....	83
Процесс обучения в США	86
Финансирование системы образования в США	88
Знания и бизнес в США.....	90
Репутация в бизнесе	97
Итоги	99
Глава 3. Иммиграция	101
Психология и отличия американцев.....	103
Как выучить любой язык за 6 месяцев?	
Школы и уроки английского языка	108
Медицина	112
Налоги	113
Подсчитываем, платит ли налог	117
Размер налога и куда он используется.....	117

Отчетность и авансовые платы.....	118
Другие налоги.....	119
Школы	120
Классификация школ в США.....	122
Роды	125
Кому не стоит ехать в Америку?	129
Десять лучших городов для жизни в Америке.....	130
Как «разводят» иммигрантов в США?.....	135
Проекты EB-5 и региональные центры	156
Чем занимаются наши бизнесмены, эмигрировав в США.....	158
Важные советы и детали	162
Глава 4. Бизнес в США.....	164
Чем привлекательна Америка для бизнес-иммигрантов?	165
Бизнес-иммиграция по визе L-1:	
что вам нужно об этом знать	168
Открытие бизнеса в США: копилка архиполезных знаний.....	176
Аренда помещения.....	186
Почему опыт ведения бизнеса на родине	
совершенно бесполезен в США?	192
Три правила, которые должен знать каждый	
бизнесмен в США	193
Почему «не по-американски» воспитанные	
люди никогда не добываются успеха в США?.....	194
Как совместить приятное с полезным в бизнесе в США.....	196
Как не потерять свой бизнес	
при увольнении сотрудника в США	197
Почему только единицы могут стать успешными	
бизнесменами в США?	199
Как за первый год ведения бизнеса в США	
сэкономить до миллиона долларов?	200
Бизнес-план	202
Валидация и тестирование бизнеса.....	214
Что важно знать об экономических кризисах	
при развитии бизнеса?	219
Рынок недвижимости в кризис: что полезно	
об этом знать?	220
Чем заняться в кризис с небольшим бюджетом?.....	223
В заключение.....	227

Глава 5. Создание бизнеса в США	228
Виды бизнеса.....	229
Логистика и грузоперевозки	229
Как открыть строительный бизнес в Америке?	231
Мой совет: очень выгодно покупать жилье до начала строительства.....	232
Новостройки как бизнес.....	233
Открытие русских магазинов.....	233
Построить дом и «флипнуть»	234
Работающий американский бизнес.....	235
На какие модели и направления имеет смысл обратить внимание?.....	236
Так чем же заняться?.....	244
Гарантии в бизнесе в США	244
Секрет сарафанного радио.....	247
 Глава 6. Инфобизнес	251
Что такое инфобизнес?	251
Разновидности инфопродуктов	253
Запуск воронки продаж.....	259
Оффер — убойное предложение	262
Преимущества и недостатки инфобизнеса	263
Реклама и развитие бизнеса.....	266
Истории об инфобизнесе	268
Так стоит ли начинать заниматься инфобизнесом?	270
 Глава 7. Финансы	271
Не используйте все свои деньги!	271
Куда инвестировать небольшую сумму с пользой для себя?.....	273
Примеры проектов с инвестициями до 500 000 долларов	288
Мой вам совет	290
 Глава 8. Кредитная история	292
Для чего нужна кредитная история в Америке, и можно ли жить без нее	292
Как это работает?	294
Построение кредитной истории	299
Как не платить коллекторским агентствам	301

Нахождение и исправление ошибок в ваших кредитных файлах.....	303
Как зарабатывать на своей хорошей кредитной истории	305
Глава 9. Недвижимость.....	307
Краткий обзор покупки и продажи недвижимости:	
что следует знать об этом?	307
Бюджет (первое и основное)	308
Виды недвижимости	310
Характеристика жилья.....	313
Покупка недвижимости	314
Почему именно в Америке?.....	315
Рекомендации перед покупкой	316
Как выбрать правильную недвижимость?	320
Как выиграть переговоры: маленький, но очень полезный секрет	323
Расписование всему голова	324
Подбор недвижимости	325
Просмотр недвижимости	325
Приобретение недвижимости в США:	
что следует знать покупателю-иностранцу?.....	326
Что нужно для получения кредита? Детали и подробности	329
Процентные ставки и сроки	333
Как открыть банковский счет и ввезти наличные в США?	334
Удаленное приобретение недвижимости	335
Покупка жилья за наличные	336
Что нужно знать покупателю о дополнительных расходах?.....	340
Как правильно покупать недвижимость?	341
Покупка и продажа недвижимости: ошибки и заблуждения	344
Схемы владения недвижимостью.....	347
Содержание недвижимости в США	351
Аренда недвижимости	352
Кратковременная аренда	354
Аренда недвижимости: плюсы и минусы проживания в «чужом» доме	354
Сдать недвижимость в аренду	356
Продажа недвижимости	358
Как превратить недвижимость в выгодную инвестицию?	359

Специальный раздел для продавцов: хитрости, секреты и разные полезности.....	360
Полезные факты о риелторах.....	365
Работа с риелтором: навстречу Лучшей Сделке!	368
Алгоритм продажи недвижимости.....	368
Полезные советы.....	370
 Глава 10. Маркетинг.....	 374
Какой должна быть реклама.....	374
Заголовки.....	377
ОДП	379
Что должно быть в рекламе.....	380
Чего не должно быть в рекламе	383
Маркетинговые ошибки.....	384
Технический план маркетинга.....	387
Партизанский маркетинг.....	388
Как можно использовать партизанский маркетинг?	391
Полезные маркетинговые фишки.....	394
Двухступенчатые продажи	396
 Глава 11. Консалтинг.....	 398
Мифические консультанты	399
Как же все в реальной жизни?	399
Сверхпрофессия для сверхчеловека.....	399
«Эпик фейлы» и причины неудач консультантов	400
Подготовка консультанта к работе	401
Три задачи, которые консультант должен решить в работе с клиентом	402
Эмоционально-истероидный консультант — звезда консалтинга	403
Три самых главных качества консультанта, без которых ему нечего делать в профессии.....	403
Работа консультанта в консалтинге	404
Секретные сделки, которые консультанты могут спасти.....	406
Покупать бизнес или открывать стартап?	407
 Послесловие	 410

Предисловие

Эта книга приоткроет завесу тайны для человека, который ни разу не был в США, но стремится там побывать или даже обрести постоянное место жительства. Тем, кто уже осуществил переезд и безуспешно пытается найти свое место в США, книга поможет улучшить условия жизни и финансовое состояние, определиться с выгодным направлением деятельности, открыть бизнес и научиться процветать.

Автор, Павел Дмитриев, не понаслышке знает о жизни за границей. С 15 декабря 1995 года он живет в США и готов поделиться полученным опытом, своими впечатлениями и наблюдениями. На написание этой книги его вдохновила музя, любимая жена, несменная спутница, а также верная помощница — Оксана Дмитриева.

Книга рассчитана на читателей с разными интересами. Она будет полезна семейному человеку, бизнесмену и просто мечтателю. Ее понимание индивидуально для каждого. Читателю, который грезит о переезде, она понравится разносторонним рассмотрением жизни американцев, станет руководством к дальнейшим действиям и будет способствовать адаптации

за рубежом. Для того, кто считает поездку в Америку своей целью № 1, последующий текст будет не просто занимательным повествованием. Он даст возможность получить полное представление о менталитете местных жителей, их восприятии быта, образовании, медицине, ведении бизнеса, имуществе и финансах, особенностях различных государственных структур и социальной жизни.

В книге читатель найдет детальную информацию о трудностях, с которыми придется столкнуться человеку из стран СНГ после переезда в США, полезные советы по изучению языка и общению с людьми, налаживанию деловых отношений. Здесь подробно говорится об американских табу, плюсах Америки, достижении успеха, и все это подкреплено занимательными жизненными историями. Это не просто субъективное восприятие американской действительности, а полноценный и достоверный рассказ о жизни в Соединенных Штатах Америки из первых уст. Книга Бизнес и иммиграция в США убедит вас, что даже если Америка кажется чем-то неизведанным, далеким и непостижимым, а некоторые ее реалии — странными для человека с отличающимся менталитетом, то не стоит думать, что невозможно привыкнуть к жизни в новых условиях.

Эмиграция — это не только источник адреналина, но и большой рывок для человека, имеющего идею стартапа и надежду на светлое будущее в США. Она поможет проанализировать прежнюю жизнь и другими глазами взглянуть на Отечество.

Читателю предстоит усвоить специфические американские реалии, сравнить их с нюансами пребывания на Родине, а также посмотреть на жизнь в Америке глазами автора. Прочтение поможет понять, как адаптироваться в новом для себя обществе, чтобы оставить позади страхи и с уверенностью отправиться покорять новую вершину — Америку.

Немного о себе

Меня зовут Павел Михайлович Дмитриев, я родился в 1979 году в Ташкенте, но вот уже почти 30 лет — с 15 декабря 1995 года — проживаю в США. Здесь я получил два образования: психологическое и экономическое. Я написал более 20 книг о бизнесе, иммиграции, психологии, религии и альтернативной медицине.

В 2005 году, в Майами, я разработал систему психологической адаптации людей в США и помог более 10 тысячам иммигрантов быстро и безболезненно освоиться на новом месте. Позже на этой платформе я основал Holistic Mind Therapy Institute and Research Center, который затем был реорганизован и стал одним из моих самых масштабных и перспективных проектов — научно-исследовательским центром Immortality Research Institute Inc.

В 2012 году я организовал компанию ALLIGATOR CONSULT LLC, которая занималась VIP-консалтингом при иммиграции в США. Мы помогали олигархам и крупным бизнесменам с постсоветского пространства выбрать и приобрести недвижимость в США, перенести сюда свой бизнес или стать вла-

дельцем уже работающей американской компании, запустить стартап, преодолеть кризисные явления, осуществлять стратегическое планирование и запускать маркетинговые мероприятия с учетом американской специфики. Вот уже два десятилетия успешно функционирует основанная мной Американская Академия Гипноза, а в 2019 году я запустил, пожалуй, самый успешный образовательный проект о целительстве на русском языке — «Гипно-Коучинг». По состоянию на начало 2024 года нашими выпускниками стали почти четыре тысячи человек, которые уже заработали около 46,6 миллиона долларов.

Помимо академического образования, я обучался и сотрудничал с мировыми лидерами в области психологии, бизнеса и маркетинга. Среди них Anthony Robbins, Frank Kern, Tai Lopez, Myron Golden, Alex Hormozi, Sam Ovens, Richard Bandler, William D. Horton, Gerald Kein, Kenrick Cleveland, Mark Cunningham, Steve Andreas, Charles Faulkner, Jose Silva, Kevin Hogan, Tad James, James Speakman, Robert Dilts, Jeremy Lazarus, Marshall Sylver и многие другие.

Глава 1. Различия между СНГ и США

Человек, который хотя бы раз был за границей, по возвращении в свой город чувствует, как его мировоззрение претерпело ранее невиданные изменения. Все дело в том, что на контрасте посещения страны с иным укладом жизни, социумом и менталитетом начинают остро ощущаться все различия со своей Родиной. Поэтому, чтобы предотвратить возможный когнитивный диссонанс (шок) от переезда в США, я собрал информацию, которая поможет понять все различия между США и СНГ в разных сферах жизни.

Почему нас шокирует американское мышление?

Менталитет людей

Пожалуй, начнем с различия менталитетов СНГ и США. Бессспорно, человек постсоветского пространства представляет собой нечто уникальное по своему мировосприятию и ценностным ориентирам. Виной этому послужила идео-

логия, которая долгие годы закладывалась в головы людей, а также идеи колLECTивизма. Такой себе привет из прошлого от марксизма-ленинизма. Американцев же воспитывают под эгидой индивидуализма.

Воспитание детей

Американские родители склонны ценить независимость и хотят, чтобы их дети выросли с чувством уверенности в себе и могли самостоятельно идти по жизни, радоваться ей и добиваться успехов, достигнув совершенолетия.

Эти различия хорошо просматриваются уже на первых этапах воспитания детей. Например, американцев с детства учат мечтать и не бояться ставить амбициозные цели. Нас воспитывают на основе абсолютно разных историй и сказок. У нас говорят: «Лучше синица в руках, чем журавль в небе». А вот для американца погоня за журавлем стоит того, ведь синиц всегда успеешь наловить сколько влезет. У нас говорят: «Много хочешь — мало получишь». Американцам говорят: «Мечтай о невозможном — достигнешь многого».

В США, в отличие от других стран, дети обычно начинают жить отдельно от родителей, как только окончат школу и поступят в колледж или университет. Окончив университет, дети в США, как правило, не возвращаются домой, чтобы постоянно жить с родителями.

Работать для американских подростков считается в порядке вещей. Около 25% подростков в США совмещают учебу в старших классах школы с работой, чтобы заработать дополнительные средства и опыт на будущее. Некоторые работают после школы и в выходные в течение учебного года, другие работают только летом. Работа дает американским детям возможность заработать деньги на собственные расходы, что одинаково нравится и детям, и родителям!

- Отечественные мамы едва ли не самые чуткие в мире: они всегда переживают, если малыш упал, испачкался, заплакал. Американские дети более самостоятельные, ведь с детства их не опекают. Западные родители придерживаются мнения, что благодаря падениям и эмоциям малыш познает мир.
- В США родители не спешат учить детей читать или считать. Они полагают, что малыши должны развиваться в свободной форме и больше общаться со сверстниками. Мамы стараются пробудить интерес ребенка к знаниям, но не лишать детства. Наши женщины, бывает, так увлекаются своими детьми, что превращают их развитие в гонку за результатами.
- В СНГ бабушки и дедушки — это, как правило, надежный тыл молодых родителей, в то время как американские пенсионеры достаточно активны и заняты. Насыщенная социальная жизнь, путешествия и хобби всецело поглощают их свободное время, а внуки приезжают только на выходные и праздники.
- Фразы, которые постоянно звучат на наших детских площадках, в стиле «Не трожь!», «Не балуйся!», «Что за ребенок!» никто никогда не услышит от американской мамы. И уж тем более ей не придет в голову пугать малыша тем, что его заберет полицейский.
- Малыши в США получают полную свободу действий, у родителей не принято ходить за ними по пятам и контролировать каждый шаг. Именно такая модель воспитания помогает вырастить свободных людей, которые не испытывают чувства страха, не боятся начинать что-то новое, которых любопытство толкает на покорение новых вершин.
- Американцы никогда не кричат на детей и не отвешивают им подзатыльников. В общественных местах дети

творят что хотят, даже разбрасывают товары в магазинах. И никто не смеет им слова сказать или голос повысить. По закону в США запрещено оставлять детей без присмотра на улице и даже дома до 13 лет. Так что если сосед вдруг увидит, что ваш ребенок один дома, то позвонит в службу опеки и у вас будут серьезные проблемы.

Стукачество (соблюдение правил порядка и закона)

Еще одним не менее интересным различием между менталитетом американца и человека из стран СНГ является стукачество. Для американца вполне нормально закладывать своих. Для нас это дико, но у данного явления есть свои преимущества. К примеру, у них нет массового списывания на экзаменах. Любой потенциального обманщика наблюдательные одногруппники без зазрения совести сдадут преподавателю, ибо все должны быть в равных условиях. Более того, общество поощряет, так сказать, «больно внимательных» граждан. В общественном транспорте многих городов висят плакаты «*If you see something, say something*». Общество помогает обезвреживать нарушителей, и нарушителей в результате становится меньше.

Американцы стучат везде и всюду. Более того, они стучат с удовольствием. Они стучат потому, что абсолютно уверены, что это правильно. И в каких-то ситуациях нельзя с ними не согласиться.

Однажды я переехал в Пенсильванию, в маленький городок Орвигсбург. Купил там дом, возле которого я должен был в обязательном порядке стричь траву. Какое-то время у меня не было ни желания, ни газонокосилки, и я не мог найти никого, кто сделал бы это за меня. А домики были новенькие, построенные друг за другом на равных промежутках, стояли на холме — прямо картинка! То есть было заметно, что у меня участок не стри-

жен и зарос. Я вам хочу сказать, что если подобная ситуация случится у вас, то не думайте, что вам позволят долго оставаться с нестриженным газоном. Вот и мои соседи об этом «позабочились». Все случилось элементарно. Утром я выглянул в окно, а у меня на газоне орудуют люди с газонокосилками. Замечательно, подумал я. Всего 20–30 минут работы — и мой газон превратился в образцовое поле для гольфа. Приехали люди со специальной техникой, все выгрузили и подстригли — красота! Но в этот же день в дверь моего гаража вставили чек на 100 долларов за стрижку моего участка. Это муниципальная программа. Муниципалитет видит, что где-то кто-то с чем-то не справляется — и быстренько присыпает свою бригаду. А та, не спрашивая у хозяина, приводит этот участок в благоприятный вид и, естественно, требует за свою работу денег. И попробуйте не оплатить! Меня это немного шокировало, но правила игры нужно соблюдать. Я тут же нанял бригаду, которая, конечно, уже меньше чем за 100 долларов, но раз в неделю приезжала и стригла мой газон. Я считаю, что в принципе это совершенно нормально.

Более того, американский работник, видя какие-то проблемы с коллегой, не станет их прикрывать. Он считает, как я уже говорил, что это правильно — пойти и доложить начальству, что работающий с ним Ваня Сидоров не справляется или халевничает. Наш человек проигнорирует, а американец — нет. Наш человек будет замалчивать. Нас с детского сада учили, что жаловаться — нехорошо. Это в нас сидит оченьочно. Мы скорее можем сказать в лоб, чем пойти пожаловаться за спиной. Ну вот не принято так у нас! То есть мы молчим, если видим какие-то нарушения. Если не говорим прямо нарушителю, то потом просто молчим.

Еще хочу заметить, что стукачество — не такая уж страшная черта. Даже наоборот. Это как бы обратная связь. И вы, будучи начальником или менеджером, будете знать, что происходит в коллективе. Поэтому и все необходимые меры будете принимать моментально. В нашем обществе такой обратной связи

нет: люди из бывшего Союза все-таки будут покрывать друг друга. У американцев вы будете четко видеть, что в вашем механизме неправильно. А у наших с вами соотечественников остается ощущение начальника-дурaka, которого можно обвести вокруг пальца.

Любой американец воспринимает жалобу или стукачество как действие в интересах всех. То есть хочет улучшить ситуацию и абсолютно естественно этому способствует. В то время как в наших странах человек, когда на него стучат, считает, что это его глубоко оскорбляет. Он начинает глубоко ненавидеть настучавшего, и отношения в коллективе становятся совершенно невыносимыми. Поэтому стукачей у нас на Родине не любят, зато в Америке поощряют.

Мне кажется, что это все-таки правильно, потому что если человек видит, что кто-то нарушает правила дорожного движения, ужасно нарушает, то у нас он может просто материться, но ни у кого не возникнет желания взять трубку и куда-то позвонить. В Америке позвонят обязательно, сфотографируют и все доложат. Почему? Потому что человек, сидящий за рулем, нарушающий ПДД и создающий опасную ситуацию на дороге, должен быть остановлен. Опасная ситуация рано или поздно заканчивается плохо из-за того, что кто-то несется как сумасшедший. Повод может быть любой. Да, опаздывает или еще что-то, но от этого не должны страдать окружающие! Тут как с курением: хотите курить — курите на здоровье, но там, где это не мешает другим. Если ваше курение будет мешать мне, то извините, я вас потревожу.

Отношение к полиции

У нас никогда не поднимется рука позвонить в полицию и сказать: ребята, здесь у соседей что-то творится непонятное. Приезжайте, пожалуйста, разберитесь. Поверьте мне, у амери-

канцев рука не дрогнет. Если у вас в квартире шумно после 11 часов (до 11 вас никто не побеспокоит), будьте уверены: у вас на пороге появится полицейский. Каждый приход полицейского отмечается в полицейском участке, а это негативный фактор для вас.

В жизни в Америке любое ваше появление в полицейском участке несет нехороший оттенок. Просто по той причине, что все ваши приводы регистрируются. Если вас задержат, даже ненадолго, то потом обяжут этот привод не скрывать в случае, если вы устраиваетесь на серьезную работу. Заполняя апликации на работу, получение кредита либо на аренду квартиры, не удивляйтесь, если увидите пункт, в котором нужно указать, были ли у вас приводы в полицию, сколько и когда. Нужно будет подробно расписать, когда вы были в полиции и по какому поводу. И вы ничего не должны скрывать. Как понимаете, если у вас есть зарегистрированные приводы в полицию, то ваши шансы на получение работы, кредита или аренды квартиры уменьшаются.

Обманывать в Америке нельзя! Если вскрылся обман, вы не получите работу. У вас будет плохая рекомендация с вашей старой работы, если вас все-таки наняли, а потом были вынуждены по этой причине уволить. Обманывать в Америке — себе дороже.

Долги

Начнем с бытового сравнения. Привычки, которые с годами у нас выработались, позволяют делать многое из того, что для американцев неприемлемо.

Например, мы запросто можем постучаться к соседу по лестничной клетке и попросить соли. Подобное в Америке исключено, ведь соль есть в магазине. Здесь вообще не принято ничего просить в долг, особенно деньги.

В одной из историй телепередачи «Городок» герой Юрия Стоянова, продающий семечки у банка, отказался одолжить коллеге немного денег. Он сказал: «У меня есть договор с банком. Банк не торгует семечками, а я не даю в долг». Если вам нужны деньги, то в США можете просить их в долг только у соотечественников. Американец в долг не дает. Самого этого понятия не существует. Вся страна живет в кредит, но между соседями долгов не бывает. Наверное, 90% американцев должны банкам за жилье и автомобиль, но они совершенно не парятся по этому поводу.

Отношение на работе. Кумовство

Я выделил распространенную черту выходцев из СНГ, отличающую их от американцев, — вплетать в работу личный фактор. Ну и, само собой, кумовство. У нас все уже давно привыкли, что если один из родственников занимает влиятельную должность, то дело в шляпе и можно не париться о поиске работы. В Америке дела обстоят совершенно иначе. Редко где можно встретить кумовство, когда высокие должности занимают родственники или знакомые руководителя. На работе коллеги и руководители относятся к вам согласно вашим заслугам. Даже если вы систематически на выходных задушевно сидите с боссом, то допущенную ошибку в рабочее время вам никто спускать не будет. Таков американский принцип: «Ничего личного — просто бизнес».

Вот здесь можно найти еще одно различие: если у нас человек допустил серьезный косяк на работе или секретарша пролила кофе на новое пальто, то разборки будут не детские. Вдоволь поругаться в странах СНГ любят все. Но в Америке бояться громкой расправы вам не стоит. Американцы почти никогда не выясняют отношения на высоких тонах. Они это делают очень ехидно, с улыбкой на лице и максимально то-

лерантно. Это распространяется и на бытовые конфликты, и на конфликты в общественных местах.

Личное пространство

Наверное, жителю каждой из стран СНГ приходилось хотя бы раз почувствовать, как в маршрутке кто-то настойчиво лезет своим носом вам в книгу или телефон, а в очереди, со всем присущим русскому народу нетерпением, пинком поторапливает впереди стоящих. Все это результат отсутствия понятия о личном пространстве, а точнее о том, что его должно быть на порядок больше. У американцев же иное представление о личном пространстве.

У них оно намного больше, чем у наших соотечественников. Если человек на улице или в магазине подойдет к вам слишком близко, то он обязательно извинится. В очередях, например, в банкомат люди стоят друг от друга на расстоянии не меньше метра, а от человека, который сейчас пользуется банкоматом, — вообще в трех метрах.

Это говорит о том, что американцы очень ценят свое личное пространство и личное пространство других людей. Ни один незнакомый человек не станет с вами разговаривать на личные или неудобные темы. То есть политика, религия, уровень вашей заработной платы или ваш иммиграционный статус их интересовать не будут, а если и будут, то они тактично промолчат. Более того, в отдельных штатах вас даже государственные служащие и работники полиции не имеют права спрашивать о легальном статусе.

Уважительное отношение американцев к личному пространству также выражается в полном принятии стиля другого человека. Бренды и модные тенденции не влияют на оценку вас как личности. Довольно показательный пример — утро в Starbucks. В 7 утра абсолютно normally увидеть человека

в пижаме, стоящего в очереди за кофе среди людей в деловых костюмах. И никто на него даже косо смотреть не будет. Это его дело, пусть ходит в том, в чем хочет.

За годы моей жизни в Америке я убедился в том, что американцы — достаточно противоречивый народ. С одной стороны, они создали потрясающие комфортные условия для жизни и бизнеса, но с другой — как у всех национальностей, у них имеются свои странности, которые и раскрывают всю суть американского менталитета. Вспоминая все ситуации, что произошли со мной за это время, и людей, которых повстречал, я сумел собрать 39 шокирующих фактов о жизни американцев.

Факты из жизни обычного жителя Америки

1. В США практически все вещи, купленные в магазине, можно вернуть обратно со словами, что вам это не подошло. Можно, например, купить скейтборд, покататься на нем несколько дней, а затем вернуть в магазин. Или даже купить кроссовки, поносить их и отдать назад со словами, что они не понравились. Однажды на моих глазах женщина вернула в магазин большое количество использованной косметики без чека и получила взамен 300 долларов.
2. В Америке сильно развита система доносов. Если в общественном месте висит знак «Курить запрещено», а кто-то достал сигареты и дымит, то этому человеку окружающие не сделают замечание, они пожалуются нарушителя менеджеру.
3. Букеты цветов можно увидеть в любом супермаркете, и стоят они сущие копейки. Также в букете роз их обычно 12. У американцев даже нет такого понятия — разли-

чать букеты цветов на четное и нечетное количество. Мужчины редко дарят цветы женщинам. Не удивляйтесь, если американец придет на день рождения женщины без цветов. Цветы чаще покупают для украшения дома.

4. В основном американцы не дарят подарки на день рождения. Максимум могут принести бутылку вина. Также считается нормальным, когда на дне рождения каждый гость оплачивает свой счет.
5. Американцы — невероятные трудоголики. Вы можете приходить в офис в 6 утра и засиживаться допоздна на рабочем месте, но ваши старания никто не оценит, ведь в таком режиме работают многие. Но ни один американец не задержится на рабочем месте, если ему эти часы не оплатят.
6. Если хотите заставить кого-то почувствовать себя очень виноватым, то достаточно сказать, что ваши чувства задеты. Здесь это считается очень серьезным проступком, за который перед вами обязательно будут извиняться.
7. Американцы умеют зарабатывать деньги на любой идеи, даже самой смехотворной. Например, один человек увидел в кабинете стоматолога протезы и изготовил кривые зубы, чтобы пошутить над друзьями. В итоге он стал миллионером, поставив это производство на поток.
8. В этой стране не принято знакомиться на улице. Если с вами все-таки пытаются завязать знакомство, то, скорее всего, этот человек имеет иностранный акцент.
9. Картофельные чипсы в Америке считаются гарниром.
10. Такое русское блюдо, как холодац, вызывает у местных жителей удивление и даже некоторое отвращение, ведь желе здесь может быть только сладким.

11. В Америке очень гордятся достижениями своих соотечественников за границей. Точно так же они поднимают много шума, если кто-то из их сограждан попал в беду за рубежом.
12. В американской армии хорошо платят и предоставляют многочисленные льготы. Родители с радостью отправляют туда своих отпрысков, чтобы те прошли необходимую подготовку и стали настоящими мужчинами.
13. Начать судиться с какой-нибудь компанией по совершенно ничтожному поводу — любимое занятие американцев. Некоторым оно приносит хорошую прибыль. Иногда человека случайно вовлекают в коллективный судебный процесс, да и вообще американцы любят судиться по любому поводу.
14. Семейные мужчины часто повторяют поговорку «Счастливая жена — счастливая жизнь», намекая на то, что спорить и пререкаться с женой не стоит, это заранее проигрышное дело. Они предпочитают сразу соглашаться со всеми желаниями своей супруги. Закон всегда на стороне женщины, поэтому мужчины стараются не доводить до развода. А если это произошло, то в основном мужчина остается ни с чем.
15. Здесь не существует тенденции начать изучать язык другой страны при подготовке к путешествию. Например, американцы искренне удивляются, когда во Франции отказываются принимать заказ на английском, считая, что официанты просто создают ненужные проблемы. В качестве аргумента они приводят тот факт, что весь мир говорит на их языке, поэтому лишние конфликты ни к чему.
16. Здесь совершенно не интересуются иностранными фильмами и знаменитыми людьми. Если какая-то европ

пейская звезда переезжает в США, то только тогда о ней могут написать в газетах. При других обстоятельствах можно наблюдать полное равнодушие к иностранцам.

17. В стране совершенно не принято жить с родителями или родственниками. Такая ситуация возможна только в том случае, когда у человека нет средств к существованию. При этом большое количество местных жителей сдает комнаты в своем доме или снимает жилье с совершенно незнакомыми людьми. Это позволяет сэкономить деньги и избежать одиночества.
18. Домашние животные очень популярны, к ним часто относятся намного лучше, чем к членам семьи. Хозяйка дома может не приготовить ужин для детей и мужа, но у нее всегда есть запас различного корма для своей собаки или кошки.
19. Американцы очень ценят вещи, сделанные своими руками. Вы можете создать нелепую поделку, но все окружающие начнут восхищаться вашим талантом и советовать запускать собственный бизнес. Люди будут хлопать даже певцу, которому медведь на ухо наступил. По этой причине на телевидении можно наблюдать большое количество бездарностей и совершенно посредственных личностей.
20. Жители не отличаются суеверностью. Максимум могут постучать по дереву. Как правило, клиенты гадалок и предсказательниц — исключительно иммигранты.
21. Высшее образование — залог успешной карьеры, при этом большинство миллиардеров и просто богатых людей либо вообще не переступали порог колледжа, либо заработали средства в сфере, далекой от своей специализации. Выпускники университетов до пенсии выплачивают займы, взятые на учебу, и со страхом ждут старости.

22. Работа в сфере обслуживания не считается унизительной. Здесь относятся одинаково и к бизнесмену, и к официантке.
23. В Америке без стеснения разговаривают о сексе и анатомических подробностях строения как женщин, так и мужчин.
24. Местные жители больше всего боятся не полиции и судебных приставов, а работников налоговой службы, ведь они способны удивительным образом обыскать любого неплательщика. Хотя с полицией тоже никто шутить не будет: при нарушении закона избежать штрафа не получится ни при каких обстоятельствах.
25. Здесь работают бары и клубы, которые могут посещать только афроамериканцы.
26. Белому человеку нежелательно называть афроамериканца негром или черным. Афроамериканцы очень плохо реагируют на то, что можно трактовать как расизм.
27. Застолье можно наблюдать только в узком семейном кругу и Белом доме. Во всех остальных случаях праздники отмечают в баре. Стоит заметить, что местные жители не пишут поздравительных речей на дни рождения и праздники, не говорят тостов, кроме «Cheers!» («Ура!»). Гости просто покупают в магазине открытку с уже готовым текстом и вручают ее без подарка.
28. Американцы не любят открыто выражать протест и говорить «нет» другим людям. Как правило, они формулируют свое отношение в очень расплывчатых выражениях, поэтому нужен некоторый опыт, чтобы распознавать эти сигналы.
29. В школах никто не учится в одном классе на протяжении нескольких лет. Функционирует система, когда ученики

посещают различные предметы, которые выбирают для себя самостоятельно.

30. В Америке люди очень редко путешествуют, при этом Канада и Мексика не считаются зарубежными странами. Но вот отдохнувшего, например, во Франции называют человеком, повидавшим мир.
31. В США автомобиль водят абсолютно все. Минимальный возраст, в котором разрешено садиться за руль (получив водительские права, естественно), колеблется от 14 лет в Северной Дакоте (North Dakota) и еще пяти штатах до 16 лет в Нью-Джерси (New Jersey). Пожилые люди пользуются автомобилем без ограничения в возрасте, но с условием прохождения повторного теста в 70–80 лет.
32. Здесь очень легко открыть и зарегистрировать собственный бизнес. На этом пути практически не существует бумажной волокиты.
33. Большинство документов вам приходит по почте (например, свидетельство о рождении или водительское удостоверение).
34. Несспешный обед в середине рабочего дня или небольшой отдых — не типичные ситуации для Америки. Чаще всего люди быстро утоляют голод с помощью заготовленного сэндвича и продолжают работать дальше.
35. Распродажи — это очень популярное явление в Америке. Местные жители часто дают объявления о проведении подобного мероприятия и выставляют ненужные вещи у своих гаражей.
36. В этой стране все современные дома и квартиры проектируются с обязательными встроенными вещевыми шкафами. Как правило, они имеют раздвижные двери,

которые можно при желании заменить на зеркальные за дополнительную плату. Кухня и ванные комнаты тоже будут полностью «под ключ». Человек не имеет права самостоятельно поменять розетки в доме, заменить унитаз, кухню или забор во дворе. Такие действия нужно согласовывать со специальной службой и вызывать профессионалов при необходимости ремонта.

37. Очень часто дети богатых родителей начинают работать в забегаловках, кофейнях, пиццериях и т.д., ведь деньги семьи не считаются наследством отпрысков. Поэтому юноши и девушки пытаются сделать карьеру собственными усилиями.
38. Неравные браки в США — обычное явление. Очень часто можно встретить пару, которая состоит из женщины в возрасте и молодого парня. Также очень распространены браки между представителями разных национальностей.
39. Американцы легко разрывают дружеские связи и обざводятся новыми контактами. Здесь не принято просить у друзей о помощи.

Приведу несколько историй, которые иллюстрируют особенности американского менталитета.

Полицейская история № 1

Эта история произошла в Нью Йорке, в семье потрясающего бизнесмена с Уолл-стрит, спортивного, моложавого, успешного. Его великолепный дом располагался в Нью Джерси, поблизости Манхэттена, в одном из самых престижных районов города. Роскошный автомобиль, костюмы от мировых кутюрье, жизнь — полная чаши. В один прекрасный момент наш герой получает информацию из Украины о кончине своей бывшей супруги. В далекой стране

на попечении троюродной тетушки остается пятнадцатилетний сын, судьбу которого нужно срочно решать. В порыве отцовских чувств наш герой мчится в Киев, продает жилье, закрывает все долги, забирает сына и привозит его в свой дом, в свою семью. Казалось бы, happy ending, счастливый конец истории.

Спустя год киевский сын нашего бизнесмена празднует свой день рождения (16 лет). Соединенные Штаты Америки — это, по сути, 50 независимых государств со своей внутренней политикой и своими внутренними законами. Возможность самостоятельно водить машину в разных штатах появляется в разном возрасте. Где-то это 15 лет, а где-то 18. В Нью-Йорке вождение автомобиля без сопровождения взрослых тогда было разрешено с 17 лет. Итак, молодой человек получает возможность водить автомобиль самостоятельно, но в сопровождении взрослых. Более того, любящий отец в день рождения дарит своему отпрыску автомобиль — шикарный спортивный кабриолет Jaguar.

Потрясающая, роскошная машина серебристого цвета, ласковая майская погода, день рождения — что может быть лучше для молодого человека? Виновник торжества со всей юношеской бравадой в компании своих друзей, нескольких ящиков пива и девчонок на заднем сиденье устроил тест-драйв своему подарку. По широкой магистрали New Jersey Turnpike, с ветром в лицо, с красивыми видами, проносящимися мимо, с зеркальной гладью озера, в котором можно искупаться. Все, как это бывает только в 16 лет. В самый разгар веселья позади неудержимого Jaguar появился свет фар и прозвучало требование остановиться.

В Америке есть исторически сложившиеся правила поведения в ситуации, когда на дороге вас останавливает полицейский автомобиль. Независимо от полосы движения необходимо включить правый поворот, перестроиться в крайний правый ряд и прижаться к обочине. Причин для паники нет, нужно просто положить руки на руль и ждать сотрудника полиции, ни в коем случае не выходить из автомобиля. Юный именинник поступил

по всем правилам, единственной загвоздкой оказалось небольшое количество пива, которого глотнул молодой человек. Количество выпитого не противоречило закону, разрешенная бутылка так и осталась недопитой.

Выпивая алкоголь в общественных местах в Америке, нужно придерживаться определенных правил. Бутылка должна быть спрятана в бумажный пакет, чтобы со стороны невозможна было определить, что именно вы пьете. Но общая атмосфера в машине наших героев была далека от благопристойной. В руках подростков были бутылки с пивом, что, скорее всего, и послужило причиной остановки. Полицейский, который подошел к машине, уловил посторонний запах от юного водителя. Страж порядка пригласил компанию проследовать за полицейской машиной в ближайший участок для проверки водителя на предмет количества выпитого спиртного.

В подобной ситуации все, что требуется от водителя, — проследовать за полицейским, не спорить, не пререкаться, не предлагать взятку. Даже думать об этом не надо. Это совершенно бесполезно, более того — очень опасно для вас. Наш именинник следовал букве закона, поехал в полицейский участок, где и был освидетельствован на наличие алкоголя.

Был выходной день. Сотрудника, который снимает отпечатки пальцев, не оказалось на месте, заполнение всех документов заняло время. В итоге юношу задержали в отделении более трех часов.

Молодому человеку повезло, нарушение общественного порядка в виде распития алкоголя в незакрытых емкостях полицейские ему простили, ограничившись устным предупреждением. Его выпускают, и в компании своих заждавшихся друзей и подруг ребята допивают пиво уже в пакетах. Все эти неприятности, продолжавшиеся несколько часов, постепенно выводят нашего героя из себя. Юношеский максимализм требует справедливости, обида за незаконное задержание разгорается. Отойдя на несколь-

ко метров от полицейского участка, парень достает сигарету и пытается прикурить. Зажигалка не загорается, и в сердцах обвиняя всех полицейских мира в преступном бездушии, молодой человек разворачивается и с силой запускает предательскую зажигалку в сторону полицейского участка.

Зажигалка даже не долетела до крыльца отделения полиции. Два сотрудника правопорядка наблюдали за действиями юноши, находясь на том самом крыльце. Молодого человека арестовали, надели на него наручники и завели обратно в этот же полицейский участок. Вызвали отца, который, моментально приехав, попытался отклонить обвинение. Но гордые стражи порядка составили протокол, после чего отпустили всех по домам. На суде мальчику предъявили обвинение в попытке поджога полицейского участка.

Подобная ситуация вряд ли могла случиться в странах СНГ. Максимум, что могло достаться в наказание нахальному юнцу, — это пара подзатыльников. Разница в подходах нашего отечественного и американского правосудия огромна и непреодолима. Зажигалка — это вещь, которая зажигает, полицейский участок — место, в которое она летела. Если бы там оказалось открытое окно, из которого виднелись бы шторы, зажигалка могла бы их поджечь, и полицейский участок загорелся бы. Такую ситуацию вполне можно себе представить.

Суд квалифицировал действия парня как попытку поджога. Наказание за этот проступок ограничилось штрафом, но главная трагедия заключалась в том, что у именинника была временная грин-карта. Дополнением к законному наказанию стала депортация: Америке не нужны люди со слабой нервной системой. Америке не нужны люди, пытающиеся поджечь полицейский участок. Но главным виновником стал отец, который, по мнению правоохранителей, должен был лечить нервную систему своего ребенка, вместо того чтобы дарить ему дорогой автомобиль.

А еще лучше — отцу следовало сопровождать ребенка в по-

ездке с друзьями, чтобы исключить малейшую возможность возникновения инцидента. Сложно принять чью-то сторону в этом конфликте. В подобных ситуациях выражается вся принципиальная разница между американским и нашим подходами.

В Америке на улице принято говорить тихо, это элементарная этика. Не нужно кричать, что-то доказывать, вы не сможете доказать сумасшедшему, что вы правы, потому что он сумасшедший. Вы не сможете доказать полицейскому, что он не прав. Полицейский изначально является представителем закона.

Закон в 90% случаев окажется на стороне полицейского, даже если он не прав. Поэтому старайтесь всегда держать себя в руках, ведь требования полицейского — это закон. Его нельзя игнорировать, нельзя уговорить, нельзя купить. Соблюдать закон в этой дикой стране гораздо выгоднее, чем его не соблюдать. Удачи вам на дорогах!

Полицейская история № 2

Ох уж эта полиция! Забавная, но поучительная история случилась с одним предпринимчивым кар-дилером. Для тех, кто не знает, кар-дилер — это продавец подержанных автомобилей, так называемых used cars. У нашего героя во владении находилось довольно приличное количество автомобилей, и у одной из машин возникла проблема с трансмиссией. Нередкий казус для авто, приобретенного на аукционе. Как правило, такие машины требуют ремонта. Итак, у старенького, но еще очень крепкого Ford страдала трансмиссия. Как вы понимаете, для транспортировки автомобиля в ремонтную мастерскую необходимы два человека.

Почему два? Да потому, что нужны две машины. Вы приезжаете в мастерскую на двух машинах, одна остается в ремонте, во вторую садятся оба водителя и уезжают. Как правило, если

с вами едет работник, вы должны ему платить, он не поедет с вами бесплатно. Многие кар-дилеры пытаются на этом сэкономить и приглашают на почетную должность водителя членов своей семьи. И это разумно, ничего странного и удивительного в этом нет.

Интересно другое. При такой транспортировке нарушаются некоторые законы, которые и законами-то особо не считаются. У каждого автомобильного дилера в Америке есть специальные дилерские номера, которые он имеет право повесить на абсолютно любую машину. К номерам прилагается страховка и регистрация. Как правило, с обратной стороны номера вся эта информация и наклеена. Достаточно просто привинтить номер на любой автомобиль — и вы можете спокойно двигаться по вашему маршруту.

Если вам нужно проехать буквально 2–3 мили, а то и просто повернуть за угол, крутить все эти гайки не хочется. Как правило, дилер берет этот номер и ставит его под заднее стекло автомобиля, и вроде бы его прекрасно видно, но это все равно считается нарушением. Что сделал и наш незадачливый герой. Он поставил номер на заднее стекло Ford и усадил за руль свою супругу. Супруга, к слову сказать, к тому времени была глубоко и счастливо беременна. Проехать нужно было буквально три перекрестка, просто перегнать машину из дилерской в ремонтную мастерскую.

Так вот, заднее стекло оказалось немного более тонированным, чем хотелось бы, и номер не очень просматривался. Скорее даже очень не просматривался. Счастливый супруг и будущий отец семейства сел в первую машину, усадил жену во вторую и попросил ее следовать за ним. Он не нарушал правил дорожного движения, и она, кстати, тоже. Они спокойно двигались по правой полосе дороги. Тем не менее, проезжающий полицейский увидел машину, которая едет без номеров. Езда без номеров сразу вызывает подозрения, должен висеть либо бумажный, либо обыч-

ный номер. Тот номер просто не был виден или упал от тряски, но его действительно как бы и не было.

Что происходит дальше? Полицейский включает сирену, включает мигалки и просит остановиться. Супруга нашего дилера, естественно, останавливается, но вы же помните, она беременна. Дальше останавливается полицейский, и начинается настоящий американский детектив. Наш дилер, безумно волнующийся за свою супругу, решает ей помочь в тот момент, когда полицейский подходит к машине, чтобы попросить предъявить *driving license* (водительское удостоверение), *insurance* (страховку) и *registration* (регистрацию автомобиля). Это те три документа, которые спрашивают полицейские всегда у любого автомобилиста, сидящего за рулем.

В этот момент наш герой выпрыгивает из своей машины, подходит сзади к полицейскому и с апломбом спрашивает: «*How can I help you?*» Он нарушил все, что только можно было нарушить, ошеломленный полицейский потянулся к кобуре, но понял, что нарушитель находится слишком близко и он не успеет достать револьвер, если тот подошел с плохими намерениями. Полицейский не достал револьвер, но он стал кричать: «Вернитесь в свою машину, вернитесь в свою машину немедленно!» И когда дилер пошел к машине, полицейский по радио вызвал подкрепление. В считанные минуты пространство улицы заполнили деловитые полицейские, перекрыв ее как минимум четырьмя автомобилями.

Бледная перепуганная супруга нашего героя сидела за рулем машины, нервно сжимая руки, вся в слезах, боясь пошевелить хоть пальцем, пока разъяренный полицейский обыскивал машину. Поиски оказались тщетны. Номер, который упал и провалился в багажник, так и не нашли. Полицейский выписал огромный штраф и, подойдя к дилеру, заявил, что это он виноват во всем произошедшем. Далее последовал вызов в криминальный court (суд). Потому что езда без страховки, регистрации и номерного

знака, даже при наличии прав — это криминальное преступление, за это могут посадить в тюрьму.

Потом, естественно, их с женой, которая была вся в слезах, отпустили. Они проехали еще полблока, поставили машину. Жена в сердцах сказала: «Я тебе больше никогда помогать не буду». Наверное, она права. Тем не менее, чтобы не ходить по судам, в Америке существует масса так называемых *ticket clinic*. Это обычные адвокатские офисы, которые берут на себя заботу о ваших нарушениях. Как правило, за 50–70 долларов они отбивают небольшие нарушения, такие как превышение скорости или проезд на красный свет, а самое главное — избавляют вас от необходимостиходить в суд и тратить свое время. Зачастую они даже отбиваются без записи поинтов в ваш *driver record*. Так вот, когда наши герои пришли в такую *ticket clinic*, чтобы не беспокоить больше супругу и неходить с ней на суд, им объявили, что это криминальная ситуация, и помочь им не смогут ни за какие деньги.

Супруга была шокирована, но ребятам пришлось пойти в суд. В суде оказалось еще интереснее, в зал для разбирательств пускали только нарушителей.

Жена нашего героя очень плохо говорила по-английски, а потерявший голову супруг никак не мог прорваться. Испуганная женщина наотрез отказалась идти сама, рядом оказался адвокат-прохиндей (они в Америке все прохиндеи) и предложил представлять в суде супругу «всего» за 300 долларов. Выслушав суть произошедшего, предпримчивый адвокат начал стонать, что дело невероятно сложное, никто не поручится за успех предприятия, но благородный джентльмен готов рискнуть за 500 долларов.

Благо у нашего дилера хватило ума отказаться от сомнительного предложения, он забрал у проходивца свои 300 долларов с намерением самому решить проблему. У входа в зал находился полицейский, к которому и обратился обеспокоенный супруг, он

сказал: «Вы понимаете, она беременна. Вы хотите, чтобы она там у вас родила от нервов? Она не виновата ни в чем, я просто хочу ее сопровождать». И он получил разрешение в виде исключения. Дальше все произошло очень просто, юной жене пришлось поволноваться еще минут десять, пока она наблюдала, как судья разбирается с другими нарушителями.

В Америке нет отдельных судов, где для вас выделяют персональное помещение. Как правило, в зале собирается около сотни нарушителей, и на разбор одного дела уходит 2–3 минуты. Свою версию рассказывает полицейский либо его представитель, в данной ситуации — обвинитель, прокурор. Что и произошло в случае с нашим героем: полицейский в суд не явился. Кстати, в случае получения такого *ticket*, особенно спорного, всегда пишите на нем *not guilty* (не виноват). И идите смело в суд, страйтесь отстаивать свое мнение, потому что, во-первых, сам приход в суд, как правило, дает возможность уменьшить сумму штрафа вдвое.

Потому что, когда вы подходите регистрироваться, вас отправляют к секретарю этого судьи, где тут же предлагаются за половину штрафа снять с вас все обвинения, не вешать так называемых *points*. Это как раньше в СССР были дырки, пробивались в талоне, помните? Здесь существует система *points*, когда, набрав определенное количество нарушений, вы на какое-то время лишаетесь прав. Это все в разных штатах по-разному, но одна практика везде. Вас освобождают от этих *points*, вы оплачиваете половину, и вы не забираете ничье время. При этом вам говорят, что если вы настаиваете на том, что вы не виноваты и готовы предстать перед судьей, то в случае признания вас виновным вы оплатите еще и судебные издержки и получите все поинты по полной программе.

Но, если кейс криминальный, ничего подобного не происходит. При криминальном кейсе вы идете к судье, и все решает судья. Вы не сможете уладить все до того, как это случится, потому что

может оказаться, что вы действительно явный нарушитель, такой, которых нужно изолировать от общества. Бывало и такое: человек приходил в суд за нарушение правил дорожного движения, а покидал суд в наручниках и уезжал в полицию, иногда получая срок. Сроки небольшие, но какая разница? Тюрьма, она везде тюрьма.

Так вот, в данной ситуации до тюрьмы дело не дошло. Как бы там ни было, когда вызвали моего приятеля с супругой, вернее, супругу приятеля, а он уже как переводчик подошел к судье, он объяснил ситуацию, рассказав, что номер был. Он принес с собой этот номер, показал судье, номер показали прокурору, и ровно через три минуты прокурор сказал, что претензий не имеет, но нужно заплатить 80 долларов штрафа. Что крайне возмутило его жену, она сказала: «Как? За что 80 долларов?» Это судебные издержки, которые вы обязаны заплатить. Как мы все понимаем, это был подарок от перепуганного полицейского, который четко знал, что так все и закончится. Но он действительно испугался подошедшего сзади человека, который спросил: «How can I help you?»

Возьмите себе за правило: при остановке вашей машины либо машины, в которой едет ваша дражайшая супруга (перед вами либо за вами), вы ничего не можете сделать, кроме как навредить. То есть вы ничего не должны делать. Вы можете остановиться. Остановившись, вы должны просто стоять и ждать, чем закончится ситуация. Ваша супруга должна соблюдать полное спокойствие, уметь объяснить ситуацию, уметь показать документы. Это водительское удостоверение, страховка и регистрация автомобиля. Эти документы всегда должны быть доступны, всегда должны быть готовы для предъявления любому полицейскому, который вас останавливает.

В Америке, если вы ничего не нарушаете, никто никогда вас не остановит. Но иногда, пренебрегая правилами и законами, люди попадают еще и не в такие нестандартные ситуации. Удачи вам на дорогах!

Полезный совет от автора

Сейчас я вам верну ровно 10 000 долларов в ваш семейный бюджет. Многие из нас любят пошалить и садятся за руль в нетрезвом состоянии. Есть три «фишки», которые вам нужно знать при задержании. Потому что задержание в 99 % будет.

- 1. Не давайте взяток.*
- 2. Ни в коем случае не хамите полицейскому, не посыпайте его куда подальше и не рассказывайте о своей крутизне.*
- 3. И самое главное — не дышите в трубку и не ходите по полоске, закрыв глаза.*

Вас в любом случае заберут до утра в «обезьянник», но если вы выполнили все пункты, то утром ваш адвокат «отмажет» вас за неимением доказательств всего за пару тысяч, и вы сможете дальше прогуливаться по Майами. Однако при наличии доказательств вас ждут серьезные штрафы и проблемы с получением вида на жительства. А потому, если не хотите таких проблем, заучите эти правила, как «Отче наш», или приклейте в машине на видное место.

Полицейская история № 3

История довольно интересная. Один из моих приятелей, приехавший, если мне не изменяет память, из Риги, — такой очень выдающийся entrepreneur. Это слово, я надеюсь, не нужно перевodить? Предприниматель из Риги, который не нашел более подходящего транспорта для передвижения по Америке, приехал сюда на Жигулях девятой модели. Вы не поверите, 1000 долларов стоит отправить машину из Америки в Европу, и ту же 1000 долларов стоит переслать машину из Европы в Америку.

Когда я у него спрашивал: «Для чего ты привез сюда этот жигуленок, к чему это?» — он отвечал: «Ну, как же, я отвезу ее в Голливуд, эту машину купят у меня за тройную, а то и пятерную стоимость для съемок в кино». Человек был невероятным предпринимателем, он тут же начал находить какие-то сферы, в которых я ему помогал, он, кстати, очень неплохо говорил

по-английски. Даже не знаю, почему ему вдруг понадобилась моя помощь, я в это время проживал в Бруклине, ездил с ним, помогал ему. Он как раз ставил тогда швейные цеха, набирал людей, потом у него была идея, чтобы не цех брать в аренду, а просто покупать машины и расставлять их по домам у частных швей-исполнителей. В общем-то, довольно мудро, это приносило определенные дивиденды.

Вот один из главных споров, который он решил все-таки довести до конца: в течение двух недель он пытался меня убедить в том, что полицейские, грубо говоря, менты, они и в Африке менты. То есть взятку можно дать любому и в любой стране. Как я его ни убеждал, он со мной поспорил на 100 долларов и говорил: «Ты боишься, потому что ты знаешь, что я выиграю». Я долго его не мог убедить в том, что я не боюсь проиграть эти 100 долларов, я боюсь за него. Что произошло дальше?

В один из прекрасных дней, через 2–3 недели, когда меня уже достали эти предложения поспорить, я сказал: «Ну, хорошо, как ты собираешься спорить? Как ты собираешься это обставить?»

Он говорит: «Да очень просто, какое у вас тут легкое нарушение?» Я говорю: «Ну, вот можно без ремней кататься». Он говорит: «Все, сейчас найдем полицейского, он мимо нас не проедет, он нас остановит, я дам ему бабки и получу твою соточку, да?»

Я говорю: «Ну, не проблема, коль уж на то пошло, давай так и сделаем». И мы действительно нашли полицейского, который, я уж не знаю, по какой причине, проверял что-то у стоящей на обочине машины на другой стороне улицы. Это было как раз на Кони Айленд Авеню, рядом с Брайтон Бич, совершенно неподалеку от метро. В общем, мы отъезжали от книжного магазина, не уверен, но, по-моему, он назывался «Черное море». Так вот, мой приятель демонстративно отстегнул ремень, посигналил и даже помахал полицейскому ручкой, и полицейский, видя, что мой приятель не пристегнут, показывает руками пантомиму под названием «Застегни ремень». Мой друг делает пренебреж-

жительный знак рукой, мол, да ладно. Отмахивается в сторону полицейского и продолжает движение.

Но дальше все как в кино: полицейский отпускает машину, с которой разбирался, садится за руль полицейского автомобиля и догоняет нас. Мы останавливаемся, не успев проехать и пару блоков. Мой друг, вместо того чтобы остаться за рулем автомобиля и надеть ремень, естественно, хочет доказать, что он сейчас выигрывает спор. Он первым делом выпрыгивает из машины и идет навстречу полицейскому, чего делать было категорически нельзя, но он пошел как бык на тореадора. Дальше я наблюдал краешком глаза в заднее окно автомобиля, как он неловко двумя пальчиками пытался как-нибудь пристроить стодолларовую купюру полицейскому в обмундирование. Иначе говоря, искал на его одежде карманы либо щель, в которую мог бы просунуть эту купюру.

Купюра никуда почему-то не лезла. Может, карманы у полицейского были зашиты, я не знаю. Но куда только он ему сотку не совал! Я смотрел на лицо бедного полицейского, тот не понимал, что вообще происходит.

Он просто реально не понимал, но потом, когда до него дошло, что ему дают эти сто баксов, что это взятка, я увидел, как он снял наручники, надел моему другу наручники на руки, завернул их назад и посадил его на заднее сиденье полицейской машины. Подойдя ко мне, он представился. Указав на Жигули, он у меня спросил, могу ли я сесть за руль: «Can you drive it?»

Я сказал: «Да». Он сказал: «Ну, тогда следуйте за мной». И мы поехали благополучно в полицейский участок. Там моего знакомого посадили в камеру. Друзья мои, полицейские в Америке взяток не берут!

Вы не можете дать им такую взятку, чтобы перекрыть те бенефиты и зарплату, которую они имеют. Они имеют великолепные зарплаты, но даже не это главное. Ценятся прежде всего бенефиты. Что это такое? Это бесплатная страхов-

ка, возможность обучения их детей в лучших школах, возможность обучения бесплатно в университетах, что стоит от 10 до 50 тысяч долларов в год. У них великолепные бенефиты, у них выход на пенсию на 10 лет раньше, чем у обычных людей. Более того, там скидки на круизы. Я, наверное, устану вам перечислять все те бенефиты, которые имеет полицейский за то, что каждый день рискует своей жизнью, выходя на улицы городов, диких американских городов. Поэтому допустить мысль, что вы имеете с собой ту сумму денег, которая может перекрыть все, что я только что вам перечислил, — это утопия.

Никогда ни один полицейский, ни при каких обстоятельствах не возьмет у вас денег. Но, если вы ему станете их предлагать, проблем у вас будет больше, чем вам хотелось бы иметь. Два часа в полицейском участке я говорил правду, что и вам рекомендую. Если вы попадаете в полицию, говорите правду либо не говорите ничего, ссылаясь на пятую поправку к Конституции. Если у вас серьезное дело, молчите и все: пятая поправка, вы не обязаны свидетельствовать против себя. В данной ситуации против меня не было обвинений, и я старался отмазать этого несчастного путешественника, который решил мне с этим стольником что-то доказать.

Да, кстати, как потом оказалось, полицейский этот стольник прилепил ему к рукам. Я не знаю, откуда он взял скотч, он просто скотчем примотал ему пальцы, чтобы тот не мог эту сотку сбросить. И он его так и привел. Когда нас посадили в комнате друг напротив друга и стали задавать перекрестные вопросы, я начал врать, пытаясь его выгородить, мол, в России так принято, что, если ты нарушил, то платишь сразу на месте. Мол, он спросил: «Сколько штраф?» А я ответил: «Ну, я не знаю, долларов восемьдесят». Он сказал: «Ну, ста хватит». И пошел отдавать этот штраф.

В конце концов, полицейские послушали, посмотрели на меня, и один из них сказал: «Ты хочешь сесть в камеру рядом с ним либо

в соседнюю? Ты можешь продолжать рассказывать нам сказки, но это будет уже за решеткой, так что лучше говори правду». Я понял, что сказочник из меня не получился и придется рассказываться, что я и сделал.

Я сказал им, что это был просто спор. Что я говорил своему приятелю, чтобы он никогда не давал взятки полицейским, но мой приятель был просто убежден в том, что полицейские в любой стране берут взятки. Они долго смеялись. Если честно, они просто реально смеялись, для них даже сама ситуация, что их могут купить на улице за несчастных 100 долларов, казалась настолько смешной, что я думал: «Ну все, сейчас парня отпустят, сейчас посмеются и отпустят».

Но не тут-то было, они действительно парня отпустили — меня. Сказали: «Дальше мы разберемся сами». Я сказал: «Так я могу переводить». Они сказали: «Нет, не надо переводить, ты можешь быть свободен, у нас к тебе претензий нет, спасибо за правдивый рассказ». Я не знаю, чем закончилась эта история.

Но, честно скажу, мне больше этот приятель не звонил. Видеть его машину на улицах Бруклина мне тоже не довелось. Наши общие знакомые, которые к тому времени у нас появились, ничего не знали о его дальнейшей судьбе.

Но, насколько я могу себе представить, иначе как депортацией это закончиться не могло. То есть в лучшем случае он продал машину и уехал благополучно на родину. Тем не менее, за дачу взятки его бы посадили в тюрьму. Суда не было. Следовательно, он не в тюрьме. Если бы был суд, меня бы вызвали свидетелем и я должен был бы называть вещи своими именами. Дача взятки преследуется по закону. Это большой тюремный срок. Заклинаю вас: никогда, нигде, ни в коем случае, ни полицейскому, ни госслужащему, ни кому бы то ни было, не пытайтесь давать взятку. Обойдется себе дороже. Удачи вам в нашей «дикой» стране Америке!

Этими занятными фактами я хотел донести, что мента-

литет — штука очень серьезная. Он влияет на мировоззрение, ценности, нормы морали и поведение.

Попав в американское общество, вы столкнетесь с поведением, которое прежде не встречали в своей стране. Исходя из вышенаписанного, оно может быть положительным или, наоборот, ужасно странным. В любом случае вы уже готовы и к тому и к другому.

Хотя для того, чтобы полностью понять, что из себя представляет американский менталитет, не обойтись без рассмотрения основных запретов в поведении и разговоре. У американцев есть табу на определенные темы для беседы, вопросы или действия. Знать их нужно обязательно. Ведь, как уже говорилось ранее, американцы — народ бдительный. Если они заметят проступок с вашей стороны, то пиши пропало. Дабы не стать изгоем в американском социуме, внимательно читайте дальше.

Топ-10 табу для американцев, которые надо знать

Первым номером в списке пойдет вопрос: «Как вы здесь оказались?» Американец никогда не спросит, даже если знает, что вы иммигрант, каким образом вы попали в США. Ваши личные дела его не касаются. Увы, наши соотечественники такой сдержанностью похвастаться не могут.

Пункт номер два — это излюбленный вопрос для обсуждения во многих странах СНГ, а именно «Сколько вы зарабатываете?». В противовес такому ярому интересу к чужим доходам американцы никогда не спрашивают о заработной плате, даже если вы работаете на одной работе или на одной вакансии и в разных местах. В принципе, всем известно, что заработка плата здесь считается за год, и каждый знает приблизительно, на какой позиции и сколько получает человек в год. Поэтому вопросы о зарплате — табу для американцев.

Третьим будет однозначно правильное табу на обсуждение политических взглядов. Уверен, вы согласитесь, что эту тему в кругу малознакомых людей и даже хороших друзей поднимать не следует. Американец никогда не будет с вами обсуждать политические взгляды: какой партии вы доверяете и за кого будете голосовать. Даже когда происходят выборы президента, никогда не обсуждается эта тема. Ее могут поднять только в тесном кругу близких.

Под номером четыре идет табу на посещение без приглашения. Даже если вы очень часто встречаетесь и ежегодно отмечаете День благодарения или Рождество, то это не повод прийти без приглашения, как это делается у нас. Всегда обсуждается все заранее, как минимум за несколько дней, а то и за несколько недель. Обязательно уточнять место, время, кто в чем будет одет и кто какое блюдо принесет.

Довольно неожиданным оказалось табу под номером пять, а именно обращение по соседству. И это касается не только долгов, о которых я уже говорил. Добродушный образ соседа, который всегда готов подсобить, здесь полностью развеивается. Полить цветы во время отпуска или посидеть с ребенком, когда неожиданно навалилось много работы, — это все привилегии соседства в странах СНГ. Здесь же с соседями таких отношений нет. Подтверждением тому служат неоднократные ситуации, когда соседи, получив письмо на ваш адрес в свой почтовый ящик, вместо того чтобы передать это письмо вам, отправляют его обратно на почту.

Почему нас шокирует американское мышление?

Эту тему может наглядно раскрыть одна история, которая произошла со мной много лет тому назад. Представьте: Майами, осенний дождливый вечер, огромное количество машин

на дороге, огромные пробки. Я ехал по 95-й дороге, продвигаясь со скоростью примерно метр в секунду. И тут заметил следующую ситуацию: впереди с правой стороны обочины стоит машина, мигающая желтыми аварийными фонарями, а рядом под зонтиком молодая девушка бегает от одной машины к другой с телефоном в руке. Ее движения красноречиво говорили о том, что ей нужно было срочно позвонить. Скорее всего, сама девушка не могла этого сделать по причине севшей батареи.

Я, конечно, сразу же решил помочь девушке, и пока к ней продвигался, успел обозвать равнодушных американцев всеми известными эпитетами, которые пришли мне в голову в тот момент: гады, негодяи и т.д. Стоит заметить, что по мере приближения становилось понятно, что девушка не только молода, но и удивительно красива. А так как я был тогда не женат, то во мне сразу же проснулся романтический порыв.

Я остановился за автомобилем девушки, включил аварийные фонари, вышел из машины и предложил свою помощь.

Я предлагаю свой телефон для совершения звонка, на что девушка выражает радость. Она жалуется, что уже битых двадцать минут безуспешно пытается занять у кого-то телефон, но никто из водителей даже и не думает остановиться. Именно этот факт может шокировать каждого нашего соотечественника, ведь у нас сложно представить себе ситуацию, в которой молодой красивой девушке никто не окажет помощь за считанные минуты.

Но вернемся к нашей истории. Я передал свой телефон девушке, и она попросила подсказать ей номер какой-нибудь ближайшей механической мастерской. Оказалось, что она опаздывала в аэропорт, и ей срочно нужно было устранить поломку. А сложность заключалась в том, что времени было шесть часов вечера, и все мастерские были уже закрыты.

Я сообщил об этом девушке и выразил сомнение по поводу того, что при таком плотном потоке получится быстро до-

браться до нужного места. Порекомендовал позвонить 911, ведь полицейские смогут оперативно пригнать какую-то техническую помощь, которой они располагают в достаточной степени. Кстати, на вызов 911 приезжают одновременно медики, пожарные и полицейские.

Высказав все свои сомнения, я решил поинтересоваться тем, что же все-таки случилось у девушки, и выяснилось, что у нее просто спустило колесо. На следующий вопрос о том, есть ли у нее запаска, девушка ответила, что не знает. Было решено поискать нужные инструменты в машине. Девушка открыла заднюю дверь своего джипа и сдвинула в сторону свои чемоданы. После поднятия поддона были обнаружены домкрат, ключ, накачанный «бублик» — все нужное для замены колеса было в наличии.

Я предложил девушке поменять колесо. После этого она сможет благополучно ехать дальше по своим делам. Красавица несказанно обрадовалась, она назвала меня настоящим ангелом, которого ей послали небеса.

Она произнесла эти слова несколько раз, что заставило меня почувствовать себя спасителем и преисполниться гордости. Поэтому я с удовольствием выполнял все необходимые манипуляции, меняя старое колесо на новое.

В этот момент к нам подъехала полицейская машина с включенными мигалками. При этом стоит сказать, что во многих штатах Америки, в том числе и во Флориде, существует закон, который прямо запрещает оказывать на дорогах непрофессиональную помощь. Иными словами, в случае непредвиденной ситуации любой человек должен просто позвонить 911, если он не является профессионалом. Даже если случилась ужасная авария, пострадало много людей, кто-то истекает кровью, то все, что нужно сделать, — набрать 911. Человек может иметь большое желание помочь, но если он не специалист — доктор или механик, — то не должен вмешиваться ни при каких обстоятельствах. И вот полицейский подошел к нам и задал мне вопрос, яв-

ляюсь ли я механиком и знакомы ли мы с этой девушкой. На что я ответил, что с девушкой мы только что познакомились, что я не механик, просто решил помочь ей заменить колесо, ведь это не сложно и я в силах это сделать. Полицейский отвел меня в сторону и сказал, что происходит нарушение закона, а также поинтересовался причиной таких действий.

Я удивился и начал убеждательствовать полицейского в том, что даже не собирался нарушать какие-либо предписания, просто помогаю даме, не имея никакой задней мысли. После чего был означен закон, запрещающий оказывать помощь на дорогах людьми, которые не имеют профессиональной подготовки. На что я сказал, что приехал из России и в моей стране, наоборот, человек может понести наказание в той ситуации, когда в силах помочь, но не делает этого.

Американец на эти слова совершенно справедливо заметил, что мы находимся не в России, а в Америке и должны следовать законам, установленным в этой стране.

Я был вынужден признаться, что не понимаю этого правила, поэтому не стал его учитывать. Полицейский предложил подойти к даме и поговорить с ней, после чего, по его словам, я сразу пойму справедливость и рациональность таких требований.

Мы подошли к даме, и полицейский задал ей вопрос, от которого у меня волосы встали дыбом. А вы знаете, что это был за вопрос? Мало кто догадывается о его содержании. Вопрос был такой: «Скажите, а у вас из машины ничего не пропало?» На что девушка, которая до этого многократно называла меня своим ангелом, ответила, что не знает, и пошла проверять свою сумочку и салон автомобиля. В этот момент я все понял, представил, как эта дама обнаружит, что ей действительно чего-то недостает — билета на самолет, денег, документов, — и в этом буду виноват именно я. Такая ситуация в один миг сделает меня преступником и негодяем.

Я начал думать о том, что в результате могу оказаться в полицейском участке, откуда, конечно, рано или поздно выйду,

но при этом буду иметь тот самый привод в полицию, за который всю свою жизнь буду нести ответственность. Если человек попадает в Америке в полицию, то в дальнейшем при заполнении любого заявления, имеющего вопрос, были ли у вас приводы в полицию, он должен будет обязательно указывать этот факт и написать, по какому поводу это случилось. Как правило, такой вопрос содержат заявления на получение больших займов или ипотек, при приеме на работу либо при аренде квартиры. В этом нет ничего страшного, но это достаточно неприятно, особенно с учетом того, что я только что был сущим ангелом, а в следующую секунду превратился в потенциального вора.

Весь спектр переживаемых эмоций отражался в тот момент на моем лице, поэтому полицейский обратился ко мне со словами, что, скорее всего, я начал все понимать и у меня теперь нет сомнений в правильности закона. Страж порядка принял решение отпустить меня, чем привел в полный восторг.

Я шел к своей машине и чувствовал, как опять радость поднимается во мне. Вливаясь в поток других машин, я думал о том, какие замечательные полицейские работают в Америке и какие здесь действуют правильные законы.

При этом и девушку нельзя в чем-то обвинить и поставить ее в вину то, что у нее появились некоторые сомнения в связи со словами полицейского. Следует просто помнить, что если существует закон, то его нарушать не стоит. Многие люди знают об этом, помнят, но в некоторых обстоятельствах все равно не учитывают предписанные требования. Если взять описанную выше историю, то, конечно, можно понять то романтическое настроение, которое охватило меня. Но как бы повернулась ситуация, если бы в ближайших кустах притаились какие-то настоящие преступники?

Я даже не закрыл машину, когда направился к даме, и это могло закончиться тем, что мой автомобиль обчистили бы или угнали. И ведь девушка могла быть не жертвой обстоятельств,

а приманкой, и когда я полез бы в багажник за запасным колесом, то вполне мог оказаться там с проломленным черепом.

Стоит понять, что ситуации могли быть абсолютно разными. Поэтому закон о том, что человек не должен помогать на дороге, скорее всего, имеет под собой основания. Тем не менее, для приезжих из СНГ он непривычен и часто просто шокирует. Как бы там ни было, нужно учитывать тот факт, что в Америке человек за рулем должен выполнять определенные правила.

Если водителя останавливает полицейский, то он должен сидеть в машине, с руками на баранке, все руки пассажиров должны быть видны стражу закона. Эти требования нужно беспрекословно выполнять, ведь полицейский в это время одну руку будет держать на пистолете, а в Америке не принято стрелять в случае непредвиденных обстоятельств в руку или ногу. Это объясняется тем, что полицейский в таких случаях в первую очередь защищает свою жизнь.

Чтобы устранить опасность, он будет действовать решительно и точно. Он поразит человека, от которого исходит угроза, самым рациональным способом, то есть будет стрелять на поражение. По этой причине до стрельбы лучше дело не доводить. Если нужно сидеть в машине и не выходить, то нужно сидеть и не выходить. В том случае, если человек все-таки решит выйти, то он может быть полностью уверен в том, что пистолет в его сторону уже направлен и он будет находиться в таком положении до того момента, пока отчаянный смелчак не сядет за руль. Полицейские ценят свою жизнь очень высоко.

Удачи вам на дорогах этой «дикой» Америки!

Еще одно табу, странное для человека из стран СНГ, — мытье машины. Даже если американец живет в своем доме и у него своя территория, он никогда не будет мыть машину возле своего дома. Для наших соотечественников это вполне нормально. Они даже моют машину во дворе многоэтажного не своего дома.

Под пунктом номер семь идет безоговорочное табу — крик на детей. Как бы плохо себя ни вели дети, как бы они ни капризничали и ни скидывали товар с полок магазина, взрослые на своих детей здесь не кричат. Помимо большой любви к своему чаду, причины этого могут быть разные, например боязнь преследования по закону. К сожалению, это табу не про наших соотечественников. У нас запросто могут и подзатыльник ребенку дать в общественном месте, и накричать. Очень мало людей подойдут и сделают замечание родителю. А в Америке, как вы помните, существует специальный закон, который не позволяет оставлять ребенка одного.

Положительное влияние на чистоту улиц оказывает табу номер восемь — убирать на улице за своими домашними питомцами.

Здесь везде есть различные мусорные баки и даже пакетики, приделанные к ним. Американцы выгуливают своих домашних животных либо со своими пакетиками, либо пользуются теми, что у мусорных баков.

Но обязательно они должны убрать за своим питомцем. Что касается наших, то они убирают за ними очень-очень редко.

Регулятором спокойствия в США является табу номер девять — выяснение отношений на повышенных тонах. Как бы плохо здесь ни обслужили американца, он всегда будет выяснять отношения с улыбкой на лице. И именно так здесь пытаются решить все проблемы. В корне отличается эта же ситуация в странах СНГ. Мало того что вас могут обслужить с уже недовольным лицом, так на ваше робкое замечание в ответ польется поток браны.

Последним, десятым, табу являются не оставленные чаевые. Не оставить чаевые, даже если вас плохо обслужили, считается поводом для сильнейшего возмущения. На моей памяти в радиоэфире даже обсуждалась ситуация, когда большая компания не оставила девушке чаевые. Кто бы ни были

те ребята, волна возмущения вылилась на них приличная. Иногда все совершенно наоборот происходит в странах СНГ. Там, даже если сервис был на высшем уровне, официант может так и не дождаться своих чаевых. Зачастую чаевые составляют 25% от чека.

Как мы уже выяснили, табу в обществе регулируют поведение людей в определенных ситуациях. Однако при переезде в США для комфортной и безопасной жизни одних табу будет мало. Полезным будет знание законов, поскольку их нарушение не ограничится лишь осуждением со стороны общества, вам придется столкнуться с полицией и правосудием, которые значительно отличаются от того, к чему вы привыкли в своей родной стране. Расскажу вам об этом на примере реального судебного разбирательства и статистики.

Правосудие

Американская правовая система повидала на своем веку немереное количество всевозможных дел. Совершив преступления и зная, где и кто вас будет судить, можно предсказать исход разбирательства. Все построено по одной схеме. Система работает и редко дает сбой. Однако бывают потрясающие интересные судьи, вердикт которых предвидеть просто невозможно. Я нисколько не преувеличиваю.

К сожалению, не могу назвать имени судьи из Лос Анджелеса. Но считаю, что его решения будут занесены в книгу законов и адвокатские учебники. Обычно, когда другие судьи людей наверняка сажают в тюрьму за содеянное, он поступает иначе. Приведу пример.

Семья работников банка, высокопоставленные муж с женой. Муж является генеральным менеджером, а жена — одним из менеджеров среднего звена. Они благополучно «накрывают» собственный

банк на пять миллионов долларов. Делают они это потихоньку: пощипав немного там, пощипав немного здесь, считая себя совершенно безнаказанными. Они в этом глубоко заблуждаются, и однажды этот клубочек начинает раскручиваться. Паровоз правосудия в Америке невероятно медленный. Единственная проблема его — в том, что он не останавливается: медленно, но движется. В результате наступает критический момент, когда вы должны будете предстать перед законом. Так вот, наша замечательная семья ожидает какого-то тюремного срока. Но судья им его не приписывает. Он назначает огромную сумму штрафа и обязательное возмещение всех потерь для тех вкладчиков, которые пострадали в этом банке. Более того, еще и назначает следующее: в обеденный перерыв с 12 до 14 часов на центральной площади одного из городков он с супругой обязан стоять с плакатами, на которых спереди и сзади написано: «Я, такой-то, обворовал своих вкладчиков на такую-то сумму. Мне в этом помогала супруга. А сейчас я несу законное наказание за совершенные мной поступки».

Оригинальный способ заставить людей искупить свою вину, правда? Я хочу сказать, что эта семья попросилась в тюрьму через две недели. Теперь давайте представим, что в Москве вы увидите человека, стоящего с таким плакатом. Это скорее вызовет волну смеха и похлопывания по плечу с фразами вроде «Ну ты даешь!».

Данный пример хорошо иллюстрирует разницу между правосудием в США и странах СНГ. Главное различие коренится в том, что люди, которые видят подобное, подходят и высказывают свое мнение. А те люди, которые действительно пострадали... ну, вы понимаете, в каких выражениях они могут это сказать. То есть здесь ни у одного человека не промелькнет даже мысль подойти и сказать: «Вы молодцы и классно нагрелись, вы даже не в тюрьме. Очень быстро раздадите долги и будете жить дальше». Это один из ярких примеров, что страна невероятно законопослушна.

Вот еще один интересный пример

Сейчас я вам расскажу про тюрьму и посадку людей. Не могу не поделиться историей, которой уже порядка 10 лет. Если кратко, до 2008 года в Америке наблюдался так называемый баллонный пик, когда деньги на моргиджи (на ипотеку) раздавались направо и налево. Более того, денег в стране было настолько много, что владельцы бизнесов получали по почте предложения взять деньги в долг в виде чеков от банков, которые можно было просто депозировать на ваш банковский счет и тут же начинать ими пользоваться. Не нужно было заполнять длинные заявление на получение лонов. Никакой бюрократии, все максимально быстро: получили чек, отнесли в банк, деньги на счету. Пользуйтесь на здоровье, но не забывайте возвращать в виде ежемесячных платежей. Чеки приходили от тысячи до десятков тысяч и даже до сотен тысяч долларов.

Ваш покорный слуга получал подобные чеки каждую неделю. Самый маленький был на пять тысяч долларов, а самый большой — на полмиллиона. То есть все, что требовалось, — это подписать чек и положить деньги себе на счет. Деньги в вашем распоряжении. И, к сожалению, я этого не сделал. Что-то меня останавливало. Но я знаю массу примеров людей, которые действительно брали эти чеки и строили бизнес, а потом его благополучно банкротили. Процесс банкротства в Америке совершиенно легален, система отточена под этот процесс, и словно ничего страшного не происходит. Люди банкротятся, а потом где-то всплывают прятанные деньги, и люди благополучно живут остаток своей жизни, ни о чем не заботясь. Я вас к этому совершенно не призываю. Я говорю, что такое было несколько десятков лет назад. Сейчас же система полностью изменилась. Достоинства американской финансовой системы — в том, что она постоянно меняется. Если в ней находится какой-то изъян,

то рано или поздно этот изъян исправляют. Но при всем при этом, если вас ловят за руку, то, естественно, вам придется отвечать перед законом. Ответ перед законом может быть разный.

Так вот, корпорация, в которой хозяевами являлись два друга, выходцы из России, берет присылаемые банком деньги и вкладывает их в покупку недвижимости не на свои имена, а на имена совершенно других людей. Потом в результате определенных операций (либо со сдачи домов в аренду, либо с перепродажи недвижимости) они все имели достаточную прибыль, и все участники были абсолютно счастливы. До той поры, пока чеки приходили из банков, а также приходили доходы от манипуляции с этой недвижимостью, все было в полном порядке. То есть у них на подставных людей было куплено около 30 объектов недвижимости, что, в общем-то, не много. Но, так или иначе, наступил момент, когда этот баллон лопнул. Ситуация 2008 года.

И в этот момент поток предложений от банков просто остановился, получение ипотек утяжелилось многократно, продажа домов практически остановилась, и в результате партнеры не смогли платить по своим долговым обязательствам и, соответственно, тоже перестали платить своим подставным лицам. Подставные лица, соответственно, перестали платить банкам. А банки, соответственно, «подергавшись» немножко, начали обращаться в суд, а потом и в полицейские инстанции.

Короче говоря, начали вызывать людей, которые были подставными, и задавать вопрос о том, как они собираются платить за свое жилье.

Условия двух компаний заключались в следующем: вы не волнуйтесь, мы все будем оплачивать, вы будете получать только дивиденды, нам нужно только ваше имя, что, в общем-то, звучало очень хорошо, и это очень хорошо работало довольно длительное время. И вроде все были довольны, но всему наступает конец. Наши герои, как страусы, спрятали свои головы в песок и ожидали, чем

это закончится, думая, что ничего страшного им не грозит. Так не случилось, большинство подставных лиц сознались и рассказали о том, как работала эта система. Их тоже наказали, потому что, если вы приходите в банк и покупаете какой-то дом, подписываете огромное количество финансовых документов, но при всем при этом этим домом вы не пользуетесь, это квалифицируется как подлог, это нарушение закона. Другими словами, если вы покупаете дом для кого-то, то вы нарушаете закон.

Американское правосудие имеет такой очень эффективный рычаг воздействия на преступников. Они могут согласиться на какой-то договор, по которому они начинают искренне помогать правосудию. Хотя какая искренность может быть у людей, которые нарушили закон? Тем не менее, если они все-таки открывают все тайные процессы и идут на сотрудничество со следствием, то это очень смягчает или вовсе снимает с них ответственность. Зачастую это бывает и с членами мафии, и с преступниками; в этом случае включается федеральная программа защиты свидетелей. И свидетелям просто меняют фамилию, имя, даже отпечатки пальцев, увозят в другое место жительства, то есть их прячут. Я думаю, что в данной ситуации так и произошло, то есть со следствием стали сотрудничать практически все. Короче говоря, наши партнеры попадают в суд. Они какое-то время пробыли в тюрьме, потом их вызвали на предварительное слушание. Им объявили примерно, что их ожидает. Но они нашли какие-то деньги и вышли под залог из тюрьмы, ожидая решение суда.

В данной ситуации произошел довольно интересный случай с забавным решением со стороны обоих партнеров. Для удобства я буду называть одного из партнеров Глеб, а второго — Василий. Василий не стал никуда уезжать из страны, хотя, по сути, он имел возможность. Он остался ждать решения суда, а Глеб предпочел улететь. Вернулся обратно в Россию с какой-то суммой денег и был в полном порядке.

Василий, дождавшись решения суда, который ему присудил примерно два года, должен был отсидеть их с какого-то числа в тюрьме в штате Техас.

То есть Василию суд назначил дату времени и адрес, куда Василий должен был приехать и сесть в тюрьму.

Вы можете такое представить, чтобы в России преступник к определенному времени и определенной дате САМ явился в тюрьму для отбывания наказания?

Василию дали около двух недель на сборы, и он должен был явиться к определенной дате в одну из тюрем Техаса. По дороге в Техас Василий прилетает ко мне в Майами, и мы хорошо проводим время. Ночные клубы, бары, рестораны. Ну, вы сами понимаете, Майами есть Майами! По истечении какого-то времени Василий исчезает, и я был уверен, что он находится в тюрьме, и каково же было мое удивление, когда через пару месяцев при посещении моего любимого города Санкт-Петербурга я вижу Василия, встречаю его чуть ли не на улице.

Я в полном недоумении, потому что никаких планов улетать из Америки у Василия не было. Но, как видите, он принял решение в пользу возвращения на Родину. Ну что ж, хорошо, когда есть такой выбор: садиться в тюрьму или полететь на Родину. К сожалению, такой выбор есть далеко не у всех. Так или иначе, факт остается фактом. Нарушать закон в Америке не стоит. Если же вы все-таки его нарушаете, вы должны быть готовы к тому, что наказание здесь неизбежно.

Тем не менее, все тюрьмы заполнены на 90%, при этом 80% составляют афроамериканское и испаноязычное население, а остальные — белые. Заключенных в тюрьмах, конечно, много, но нельзя не признать тот факт, что главенствующие позиции в данных заведениях занимают выходцы из африканских и латиноамериканских стран.

Полезный совет от автора

Неплохая идея — открыть частную тюрьму, так как они переполнены практически во всех штатах и находятся в частных руках, то есть это частные бизнесы. Одним из направлений вашей деятельности в Америке вполне может быть строительство тюрем там, где она необходима, где недостаточно своих ресурсов. Более 1 % жителей Америки находятся в тюрьмах, то есть по количеству сидящих людей эта страна занимает первое место. Вот так, при всех свободах все тюремы в этой стране заполнены практически на 100 %.

Хотелось бы еще добавить, что в Америке, по статистическим показаниям, в федеральных тюрьмах находятся 1,9 млн человек. Дополнительно еще условно осужденных — 2,9 млн человек. В то время как в России, по последним данным, в учреждениях уголовно-исполнительной системы содержится около 700 тысяч человек. Знание того, как работает правосудие в США, дает базу для планирования своего бизнеса.

Кстати, умение строить бизнес — навык, которым американцы овладели в совершенстве. Многое можно почерпнуть, лишь взглянув на истории великих предпринимателей, которые привели Америку к процветанию. Похвастаться таким количеством самородков страны СНГ не могут. В чем же причина данного явления?

Основные отличия ведения бизнеса в США и СНГ

Первое отличие, которое бросается в глаза, — это легкость ведения бизнеса. В 2020 году США заняли 6 место в рейтинге легкости ведения предпринимательской деятельности Doing Business, в то время как Украина — 64, Россия — 28, Казахстан — 25.

Достаточно показательные результаты, не правда ли? Вторым важным отличием выступают налоги. В России налог на малый производственный бизнес в четыре раза выше, чем в США. Кроме этого, здесь подоходный налог платит не предприниматель, а работник, и совсем нет налога на добавленную стоимость. Вместо него покупатели платят налог с продаж. Что примечательно, в каждом штате сумма налога с продаж различается, а полученные средства идут на развитие самого штата.

Особенность, облегчающая жизнь многим американским предпринимателям, — это регистрация предприятий. В США индивидуальное предприятие вообще регистрировать не нужно. А вот в странах СНГ, как все мы знаем, открыть ЧП — тот еще квест по госучреждениям. Закрытие ЧП — тоже очень нелегкая задача. Что касается других видов предприятий, то в США правила их регистрации устанавливают сами штаты.

Отдельный вопрос — кредиты. В странах СНГ не то чтобы принято жить в долг, а вот в США 90% населения берут кредиты на жилье, обучение, бизнес и т.д.

Можно выделить еще такое отличие, как коррумпированность. Дело в том, что, в отличие от стран СНГ, в Америке нет необходимости давать взятки. Такие действия приравниваются к криминалу, и за них можно понести суровое наказание. Это справедливо как для полицейских, так и для госслужащих любого уровня. Поэтому никто не будет ни вымогать, ни брать денег. Мало кто из россиян может понять это отличие, ведь для них кажется невероятным начать собственный бизнес, не дав никому взятку.

Блат, поручительство, советы — это то, что отличает ведение бизнеса в СНГ от США. Именно поэтому большинство иммигрантов по приезду в Америку тут же начинают искать какие-то ненужные контакты для того, чтобы получить содействие в запуске своего бизнеса. Но на самом деле не нужно никого искать, ведь в США все прозрачно. Если вы уже четко знаете,

какой вид бизнеса хотите открыть, то все, что вам нужно, — это получить полный пакет информации, который абсолютно бесплатно доступен в Сити-Холле (аналоге администрации города).

Алгоритм получения информации в Сити-Холле очень прост. Вам просто нужно его посетить и озвучить свою цель: открыть бизнес. Вас запишут в книгу посещений, выдадут номерок, который вешается на грудь, и подскажут, в какой кабинет нужно подойти для получения всей необходимой информации.

Полезный совет от автора

Кстати, если муниципалитет заинтересован в вашей специализации, то вас могут профинансировать. Только нужно помнить о том, что в конце года, как правило, все квоты уже распределены. Но с нового года квоты снова выделяются, и при наличии хорошего бизнес-плана есть большие шансы получить финансовую поддержку на старте.

Более того, в Сити-Холле вас направят на семинары, которые проводятся в выходные дни для людей, нацеленных на открытие малого, среднего или большого бизнеса. Желающих запустить солидное предприятие могут пригласить на курсы, на которых можно почерпнуть массу полезных знаний для эффективной организации собственного дела.

Вам нужно учесть тот момент, что Америка является довольно бюрократической страной. И это направлено не на вымогательство денег с граждан, такая система установлена и отрегулирована государством. Нужно просто смириться с этими требованиями, ведь в противном случае вы не сможете открыть свой бизнес. В этой стране следует играть по установленным правилам.

В чем причина большой разницы в ведении бизнеса между США и СНГ?

Ответ суров и окончательен: все дело в отсутствии системы. В странах СНГ это явление еще называют ручным управлением, которое опирается исключительно на интуицию, на пресловутое «Прорвемся!». Это катастрофически мешает нашим бизнесменам и предприятиям снижать издержки и конкурировать с западными партнерами. Боюсь, что конкурировать становится сложнее не только с западными, но и с азиатскими компаниями. Многие руководители недоумевают: «Как же так, ведь раньше мы благополучноправлялись, почему сейчас не работает тот же метод?»

Опора на интуицию в ведении бизнеса, которую мы встречаем и по сей день в странах СНГ, берет свое начало в 90-е. Это стало последствием повышенной маржинальности предприятий. Потеря ста баксов вследствие управленческой ошибки на общем доходе не сильно отражалась. Однако на сегодняшний день ситуация кардинально изменилась. Со стороны внутреннего бизнеса и со стороны государства, которое не очень стремится помочь своим гражданам, появилась реальная конкуренция.

То есть если дома у вас нет нужных связей и вы столкнулись с проблемами, то вряд ли вам поможет государство. Абсолютно обратная ситуация происходит в Америке. Государственная помощь формирует главное различие между США и странами СНГ. Вот типичный пример такой помощи.

Допустим, у вас в Америке получилось создать компанию, которая заявила о себе. В ней работают американцы, за которых вы платите налоги, делаете отчисления в бюджет. Добавим к этому еще то, что она совершенно легальная.

Неожиданно у вас случается какой-то форс-мажор. К примеру, поступления не успевают за выплатами, и вы просрочили сроки выплат по кредиту.

Внимание! В США вы гарантированно найдете поддержку. В первую очередь от самих банков, которые будут сами вас финансировать и давать вам отсрочку на платежи. Также существует множество государственных программ. Если вы заняли правильную нишу, пошли по рекомендациям муниципалитета, где открыт ваш бизнес, стали жизненно необходимы этому месту, муниципалитет определенно будет хлопотать за вас во всех финансовых инстанциях.

Более того, если ваш бизнес стремительно развивается, то большую часть налогов, если не все, вы сможете вложить в его развитие. А самое замечательное, что в случае выполнения требований эпидемиологических станций, пожарных инспекций и других контролирующих организаций, вас не оставят в беде. Бессспорно, малому, среднему, да и большому бизнесу в Америке оказывают просто колоссальную помощь. На это может рассчитывать любой добросовестный предприниматель.

К сожалению, перспектива бизнеса в странах СНГ, в случае продолжения ручного управления, крайне призрачна. Поскольку доходы от производства постоянно уменьшаются по причине большой конкурентности и крайне плохой конкурентоспособности того же российского бизнеса.

Любая система способствует тому, чтобы весь механизм работал более слаженно, более эффективно, более успешно. Такую систему в управление предприятиями в странах СНГ привносят люди, получившие образование за границей или прошедшие практику на зарубежных предприятиях.

Значительным фактором, влияющим на успех бизнеса в США, является четкое распределение товаров и услуг на рынке. В странах СНГ такой подход еще только формируется. Это обусловлено тем, что в Америке прошло уже более 300 лет после последней революции. Народ пережил все кризисные моменты и пришел к тому, как правильно вести дела. А вот, к примеру, в России с последней революции 1991 года прошло

только 33 года. То есть все те проблемы, что на российском рынке имеются сейчас, американцы уже давно разрешили. В российском бизнесе долгое время отсутствовала жесткая конкуренция, что существенно затормозило приобретение опыта, в отличие от западных товариществ. Поэтому хочу рассказать о ситуации на западном рынке и конкуренции.

Знать свое место на рынке и понимать конкуренцию

Причин, почему нашим людям тяжело хоть немного приблизиться к какому-нибудь бизнесу в США, может быть несколько. Например, у американцев уже давно сформировалось понятие о том, кому и что принадлежит на рынке. Также искусное лоббирование бизнеса осуществляется за счет поддержки представителей политической сферы. Поэтому вы должны понимать, что в США уже все поделено и распределено между семьями, которые здесь живут уже сотни лет. Для них приезжающие со всех стран бизнесмены — это всего лишь туристы в большинстве случаев.

Может, даже богатые, успешные, известные, но все же туристы. Поэтому, если вы не хотите потерять много денег, то вам нужно смириться с тем, что эта система не желает принимать новых игроков.

Но не следует падать духом, у вас еще остается малый и средний бизнес. При входе в малый и средний бизнес у вас намного больше шансов выиграть в конкурентной борьбе. А конкурировать вы обязательно будете в любом бизнесе, начиная с бизнеса уборки офисов и заканчивая международной логистикой. Везде будет огромное количество конкуренции.

Америка — это искусный ювелир с наметанным глазом на неограненные алмазы. Сюда привозят со всего мира самых гениальных людей. Для этого даже существуют новые визы.

Полезный совет от автора

Если вы еще не переехали в США, то не будет лишним все изучить и подготовиться к тому бизнесу, которым вы будете заниматься. Не думайте, что по приезду вы определитесь и по привычке, как дома, найдете нишу, где не будет конкуренции и где вы сможете выйти на рынок, как в чистое поле, и начать зарабатывать деньги. Вам всегда и везде без исключения придется конкурировать.

Людей, которые уже зарекомендовали себя, имеют опыт и достижения, просто приглашают в США работать. И в некоторых офисах их сидят тысячи, поэтому есть небольшой шанс, что вы можете преуспеть в сфере ИТ. Кстати, из этих специалистов всего лишь небольшой процент людей, которые приехали из стран СНГ. В основном этим занимаются индусы, китайцы и вся Азия.

Таким образом, для того чтобы увеличить свои шансы на успех на американском рынке, не стоит полагаться только на опыт, приобретенный в вашей стране.

Следует хорошо разобраться в той сфере, которой вы хотите заниматься в США. То есть быть экспертом — уже огромный шаг к успеху. К тому же, если вы занимаетесь бизнесом, который уже понимаете, у вас есть хотя бы фактор компенсации времени и не нужно будет его тратить на ошибки и понимание самой концепции бизнеса. Также рекомендую изучить английский на высоком уровне. Это существенно сэкономит ваше время и нервы.

Так какой же основной фактор влияет на успех того или иного бизнеса? Конечно же, сам бизнесмен. Очень любопытным является то, как по-разному действуют бизнесмены в странах СНГ и США. Особенно стоит отметить то, как и какие циклы развития они проходят.

Циклы развития бизнесменов в США и СНГ

В Америке, в отличие от бывшего СССР, вы заметите тенденцию к более позднему обогащению. В странах СНГ есть даже связанные с этим пословицы, что если до сорока лет не заработал, то уже поздно. В этом возрасте американцы только набираются опыта. В то же время тридцатилетний россиянин уже может где-нибудь что-то открыть и заработать. В этом достаточно хорошо прослеживается разница между США и странами СНГ.

К примеру, когда молодой человек в России открывает бизнес, он заходит в «чисто поле», где в основном отсутствует конкуренция. Это так называемое предпринимательство. Открывая пункт питания (вроде столовой) в том месте, где есть практически нечего, если у вас маржа не 300% и не 500%, а хотя бы 100%, то выстраиваются очереди. Это уже проверенная схема.

Американский рынок — это рынок профессионалов. Стоит лишь туда войти — и вам придется конкурировать с людьми, знающими свое дело.

Более того, в США очень распространено наследование бизнеса, так что не исключено, что вам может попасться человек с опытом в несколько поколений. Например, у одного из моих партнеров сын уже в пятнадцать лет работал в одном из бизнесов, который вел его отец. Парень подметал там полы, обслуживал, выставлял товар на полки и т.д. Он это все впитал. Почему они это делают? Они прекрасно осознают, что следующий человек, который откроет такой же или похожий бизнес, может быть лучше, умнее или у него может быть больше миллиардов. Это и разделяет американский бизнес и бизнес стран СНГ на два совершенно разных измерения. Это факт, что

если на территории бывшего СССР вы не успели додуматься, что вы, оказывается, даже ни с кем и не конкурируете, то тогда в будущем уже будет намного сложнее. Все потому, что энергии меньше, а быстро накапливать знания без конкуренции — это была не такая уж и большая необходимость.

Приехав в США, вы должны понимать, что люди первые двадцать лет после того, как они отучились, практикуются, делают ошибки, банкротятся, и потом у них уже создается багаж огромного опыта, чтобы запустить что-то правильное. Это можно сравнить с бизнесом, например, докторов и юристов. По молодости они мало того что отучились, должны еще практиковаться и на кого-то работать. Они даже не имеют права вести деятельность самостоятельно. И только потом они учатся, как развивать свою практику, как ее стабилизировать, как выходить на более интересных клиентов и т.д. То есть это все занимает время.

Вы даже можете заметить, что многие руководители высокого уровня просто-напросто имеют другую этику работы. Они понимают, как работают люди, и могут взять на себя ответственности намного больше, чем любой другой руководитель. К примеру, в компании SpaceX Илона Маска, запускающей ракеты в космос, на данный момент работает всего 13 тысяч человек.

А ведь это та компания, которая за несколько лет перегнала все российские компании, занимающиеся запуском ракет. И это при том, что в российских компаниях работает 250 тысяч человек. Вы представьте разницу! Все деньги и вся прибыль расползается на заместителей, замов заместителей, секретарей, то есть система у нас выстраивалась таким образом, что главная задача руководителя была ни в коем случае не работать и не руководить. Все это должны были делать замы.

Также вы не найдете ни одного владельца малого или среднего бизнеса в США, который бы не знал самой маленькой

детали своего бизнеса, практически всех участников своего проекта по именам и т.д. Я, например, имел честь познакомиться с девелопером, которого зовут Дезер. Это человек, которому Дональд Трамп продает свое имя и под которого он строил здания Trump в Майами. Они ему не принадлежат даже, Трамп просто сдал в аренду свое имя. Этот же самый человек построил здание Porsche, в которое вы сможете заехать на своей машине и на лифте подняться в свою квартиру. Это самое дорогое и современное здание на данный момент. Этот человек знает абсолютно все о своих проектах. Он сам присутствует при продажах своих квартир и проектов. Если надо, он надевает резиновые сапоги и идет по пыли и грязи, чтобы убедиться и перепроверить то, что происходит при строительстве его здания. Именно поэтому в США небоскребы строятся в течение полутора лет. Причем проходят сразу все инспекции безукоризненно и сдаются в эксплуатацию моментально после того, как отстроен последний этаж.

В заключение нужно сказать, что независимо от того, в каком возрасте вы переехали в США, какой у вас был опыт на родине, вы можете добиться успеха, если вложите время, энергию и действительно будете заинтересованы своим проектом.

Вы должны им жить и понимать каждую деталь. Именно это делает человека успешным предпринимателем и бизнесменом.

После опытного бизнесмена немаловажную роль в бизнесе играют люди, которых вы наняли на выполнение определенных обязанностей. Правильное и заботливое отношение к персоналу — это залог успеха любого предприятия.

Но что делать, если приходится попрощаться с некомпетентным сотрудником, а закон не на вашей стороне? В отличие от стран СНГ, в США охрана труда — это не пустой звук, а воплощенная в жизнь система. В итоге, каким бы видом бизнеса вы ни занимались, вам в любом случае придется считаться со своими работниками и признать тот факт, что у всех

этих людей есть свои права. Вы вынуждены будете смыкнуться с мыслью, что далеко не всегда вы можете просто так выгнать человека с работы.

Про увольнения и работу с персоналом

Чем грозит увольнение не по контракту? В Америке существует огромное количество адвокатов. Более того, большая часть из них — высококвалифицированные специалисты. Один мой знакомый юрист создал достаточно успешный бизнес, который специализируется на проведении судебных процессов над работодателями, которые незаконно уволили своих работников. Такой процесс очень сложный, дорогостоящий и отнимает много времени. И в большинстве случаев, после того как юристы подадут в суд на работодателя, происходит разрешение конфликта вне суда. Такая договоренность достигается при уплате довольно крупной суммы. Это позволит не продолжать судебное дело.

Как это работает? Юрист присыпает письмо в компанию с приглашением в суд на разбирательство по поводу того увольнения, которое было, например, год назад или вчера.

И для того чтобы не тратить деньги на юриста, который обойдется работодателю во многие тысячи долларов, стороны решают просто закрыть это дело и забыть о его обстоятельствах.

Одно такое письмо приносит моему знакомому юристу значительный доход. Часть денег, естественно, идет пострадавшему. Стоит сказать, что эта индустрия в последнее время процветает, особенно в условиях пошатнувшейся экономики США. Вот довольно показательный случай.

Руководитель, выходец из России, привык работать по системе, которая применяется на его родине, поэтому набирал лю-

дей на несколько дней, а затем увольнял их, не оплачивая их труд по контракту. К несчастью для этого руководителя, в Америке действуют другие законы и правила. Если вы предлагаете какую-то оплату за выполнение определенных обязанностей, то вы должны заплатить ее, даже если человек пришел на тренинг или стажировку. Россияне не понимают этот нюанс, поэтому в этой сети магазинов за первый месяц работы уволили около двадцати человек, при этом многие из них были действительно невменяемые люди.

Для таких случаев в Америке существует понятие «групповой суд», то есть эти уволенные работники собрались и подали в суд на компанию. Для того чтобы решить эту проблему и не доводить дело до суда, пришлось подключать своего юриста, который помог это все решить. Но эта услуга обошлась для нашего руководителя в 85 тысяч долларов, при этом если бы судебный процесс удалось запустить, то эта сумма была бы намного внушительней.

После этого горького опыта мой юрист научил предпринимателя тому, как ведется бизнес в Америке, при каких условиях можно принимать работников, какие контракты должны подписывать люди при устройстве на работу.

Полезный совет от автора

В этой стране система основывается на повсеместном использовании контрактов. Если в контракте оговорено, что вы можете уволить человека, не заплатив ему денег, то даже если вы попадете в суд, у вас есть возможность выиграть дело.

Также в Америке недопустимо грубое отношение к своим работникам. Это может не только обанкротить вас, но и создать очень большие проблемы в жизни. За нанесение морального ущерба, нападение, дискриминацию, запугивание и угрозы дают реальные тюремные сроки. А если дело дойдет до руко-

прикладства, то вас гарантировано арестуют. И если вы находитесь в статусе иммигранта и получателя грин-карты, то это повлияет на ваш иммиграционный статус.

При возникновении криминальной ситуации у вас всего 10 шансов из 100, даже при наличии очень дорогого адвоката, что вы останетесь в стране. И гарант на благоприятное разрешения конфликта вам никто дать не сможет.

Здесь люди с большим уважением относятся к собственной персоне, поэтому ни в коем случае никто и никогда не будет терпеть неподобающее отношение к себе. Тем более не будет терпеть какие-то обиды. Если вдруг сорветесь на какого-то человека, то у вас есть все шансы спустя несколько минут сидеть в наручниках на заднем сидении автомобиля, который едет в полицейский участок. Рекомендую не совершать таких ошибок.

Организация процесса увольнения сотрудника, как выяснилось, очень щепетильное и трудоемкое дело. Лучшей профилактикой этой волокиты будет изначально нанять компетентного работника. Однако компетентность и компетенции американского работника отличаются от компетентности и компетенций работников в странах СНГ.

Выходец из СНГ и американский работник

Давно уже доказано, что американский работник в любой сфере хорошо образован. Он гораздо более самостоятелен, когда у него все отточено. То есть полностью отсутствует необходимость в постоянной проверке. Возможно, вначале потребуется одна проверка, но потом можете быть уверены, что он вас никогда не подведет, в отличие от выходцев из СНГ. В свою очередь, наши наемные работники лучше себя проявляют в стрессовых ситуациях. К примеру, даже хорошо образованный американский доктор в какой-то нестандартной

ситуации теряется быстрее, чем доктор из СНГ. Наш доктор, да и не только доктор, а человек любой специальности, образован более широко и находит выход из нестандартной ситуации быстрее, чем американец.

Для большинства компаний требуется человек, способный работать «под прессом». Также ценится умение решать проблемы в условиях нестабильной ситуации.

Замечательной иллюстрацией различия американского и нашего работника служит данный пример.

У моего знакомого есть туристическое агентство, в котором каждая ситуация нестабильна. Каждый приезжающий человек индивидуален, и к каждому индивидуальному человеку, конечно же, надо проявить особый подход. В такой ситуации работник-иммигрант из СНГ будет незаменим. Это одна сторона вопроса. Но есть и другая: если у вас фабрика, на которой четко регламентирован процесс, в котором каждый звоночек и каждое движение отлажено, механизировано, пересчитано, оцифровано, – там все-таки нужен американец.

Еще один пункт к тому, что с американцами гораздо проще работать, – это отношение к авторитетам, начальству. Если вы взяли американца на работу – вы босс, вы его начальник, вы его менеджер, вы уже для него авторитет.

К сожалению, того же нельзя сказать о наших работниках. У них всегда имеется свое мнение насчет руководства. И зачастую оно звучится прямо в лоб. Американец никогда себе такого не позволит, даже если менеджер либо начальник говорит явную глупость. Но если американец посчитает необходимым поправить его, то сделает это наедине. То есть американец всегда более лоялен к своему начальству, а у наших это не прослеживается. Кому-то нравится, когда ему говорят в лоб, но для вас как для бизнесмена лучше все-таки иметь американского работника. Далее стоит вспомнить поговорку, которая, как мне кажется, даже со временем Великой Отечественной вой-

ны осталась в нашей речи и работает прекрасно до сих пор: «Подальше от начальства, поближе к кухне». То есть приезд начальства как такового, если оно действительно имеет место быть на предприятии, наш соотечественник воспринимает как шок. То есть ожидает чего-то негативного. По умолчанию он уверен, что что-то должно случиться плохое. Американцы же в таких ситуациях ожидают только позитива, потому что они четко делают то, что положено.

Можно продолжить еще о лояльности к фирме. Если новоприбывший из СНГ попадает в фирму, которая ему непонятна, он старается все-таки вникнуть. На первых этапах он старается соответствовать требованиям босса. Все это до момента, пока он не убеждается, что все знания уже получены и он может уже немножко расслабиться. Когда наш человек получает все знания, он немного расслабляется, а американцы не расслабляются никогда!

Единственным расслаблением может послужить то, что американец собирается менять работу. Да, кстати, стоит отметить, что американцы всегда и везде ищут другие работы. То есть, если вам пришлось нанять профессионала, не сомневайтесь в том, что он обязательно будет рассыпать резюме и дальше по другим работам.

Это американский стиль, это считается совершенно нормальным, точно так же, как и стучать.

Так вот, если выходец из СНГ все-таки устраивается на работу, она его действительно устраивает, и он действительно получает достаточную степень средств, которой ему хватает на содержание его семьи, он безоговорочно более надежен! И он задержится у вас надолго.

Все-таки на вопрос «Кто лучше: американский или наш работник?» однозначно ответить нельзя. Кто-то больше любит работать с нашими, кто-то — с американцами. Но так или иначе американский работник считается более надежным.

Плюсы США

В заключение я хочу поделиться с вами всеми положительными моментами, которые только есть в США. Уверен, что это поставит точку в моем повествовании о различиях стран СНГ и Америки. Поскольку эти положительные аспекты выражают те самые различия, ради которых люди и переезжают сюда. Ведь, несмотря на то что бизнес занимает большую часть времени современного человека, в остальном его жизнь полностью растворяется в обычных бытовых делах. Американское общество создало свое видение комфортной жизни, во имя которой надо придерживаться определенных правил поведения и запретов, пусть даже они иногда и выглядят странно. Именно поэтому, собрав весь свой опыт жизни в США, я подготовил для вас все плюсы проживания здесь. Поверьте, после этой информации не влюбиться в США будет очень сложно. К сожалению, страны СНГ во многом уступают американскому стилю жизни. Итак, давайте посмотрим, правда ли это.

Плюс 1. Отношение к инвалидам. Инвалиды в США чувствуют себя абсолютно комфортно и живут нормальной жизнью. Перед любым заведением или супермаркетом обязательно предусмотрена парковка для инвалидов.

Подобные парковочные места обозначены синим цветом, и останавливаться на них могут только автомобили со специальным разрешением. Нарушение данного правила строго карается законом. Вам грозит большой штраф, эвакуация транспортного средства или еще что-то. Если вы решили открыть ресторан или другой бизнес, то обязательным условием является наличие специально оборудованных подъездов и заездов для инвалидов, просторного туалета и коридоров, обеспечивающих комфортное передвижение по помещению. Даже если у вас только два парковочных места, одно будет обязательно для

инвалидов. Здесь очень часто можно встретить людей на колясках в спортивном клубе, в бассейне, на теннисном корте, в парке и на концертах. Они занимаются спортом, встречаются, общаются, путешествуют и живут нормальной жизнью. Инвалидов на улицах больше, чем в СНГ из-за обустроенностии США для жизни инвалидов. В России такой обустроенностии просто нет, и инвалиды сидят постоянно дома.

Плюс 2. Добросовестность и честность американцев. В Соединенных Штатах живут честные люди, поскольку очень многое построено на доверии. К примеру, товары в супермаркетах лежат возле самого выхода. Казалось бы, хватай и беги. Но почему-то этого никто не делает. Все лежит в спокойствии. В супермаркетах существует система самостоятельной оплаты: покупатель заходит в супермаркет, берет товар, подходит к терминалу, оплачивает и уходит. В странах бывшего СССР данная система вряд ли работала бы без инцидентов. В США принято доверять людям и поступать по-честному. Если в магазине вам дали сдачу больше, то лишнее покупатель возвращает обратно. Если вы купили товар, и он вам не понравился, то магазин примет его обратно. То есть тут все взаимосвязано. Но, конечно, не все: воруют и в магазинах, и на улицах. Но это очень редко и скорее исключение, чем закономерность.

Плюс 3. Чистота территории. В США лично я никогда не встречал участки, где была бы видна грязь, которая после дождя превращается в кашу. Каждый клочок засеян газоном, цветочками или засыпан кедровыми иголками. Вся территория облагорожена. Существует пословица: «Чисто не там, где убирают, а там, где не сорят». Честно сказать, я с этим не согласен. Не раз приходилось наблюдать, как недобросовестные люди выбрасывают из окна машины бутылки на обочину дороги в США. Вот здесь как раз-таки убирают мусор. Через каждые 10–20 метров установлены мусорные баки. Согласитесь, там, где чисто, и мусорить не хочется. Здесь нет грязи. Сколько бы

ты ни ходил по улицам, подошвы будут чистые. Часто видел, когда в местах, где нет мусорных баков, шли по аллее люди и держали в руках или пустую банку, или фантики из-под мороженого. То есть они не выбрасывают где-то там под дерево, пока никто не видит, а идут и смотрят, где будет стоять ближайший мусорный бак.

Плюс 4. Качество сервиса. Здесь персонал прекрасно понимает, что вы — клиент, а это самое ценное, что у них есть. Как известно, на добро принято отвечать добром. Поэтому американцы щедро награждают чаевыми. Еще ни в одном ресторане США нам не нагрубили, не посмотрели с ухмылкой или сказали грубое слово, что не раз встречалось на Родине. Качество обслуживания клиентов всегда стоит на первом месте, ведь в места, где с вами были приветливы, хочется еще не раз вернуться.

Плюс 5. Общительность. Американцы очень общительные и открытые люди. С незнакомым прохожим здороваются, спрашивают, как дела, как жизнь. В основном, причина такого дружелюбия — обыкновенная вежливость. В Соединенных Штатах люди практически всегда друг другу улыбаются. А гулять по улицам — одно удовольствие.

Плюс 6. Нет мишуры. Американцы не любят пафоса. По внешнему виду человека трудно определить финансовое состояние.

По ним никогда не скажешь, есть ли у того или иного миллион долларов в банке или вообще нет ничего. Американцам не свойственна излишняя показушность. Здесь никто не станет покупать дорогие часы на последнюю зарплату, чтобы всем показать свой достаток.

Плюс 7. Уважение к приезжим. К приезжим и иммигрантам в США относятся уважительно, прекрасно понимая, как непросто им приходится в чужой стране. Однако после террористических актов к представителям некоторых национальностей начали относиться с опаской.

Плюс 8. Люди без комплексов. Это не означает, что поведение американцев раскрепощенное. Просто они — люди без комплексов. Например, очень полная женщина может надеть облегающие лосины, которые подчеркивают все ее аппетитные формы, и будет прогуливаться по улице без всякого смущения. Или парень после пробежки по улицам города может прилечь на газон разделительной полосы дорог и качать пресс. Париться о том, что подумают другие, — точно не про американцев.

Плюс 9. Старость. Отработав в компании 20–30 лет при грамотном инвестировании акций и облигаций, а также в пенсионный фонд, сотрудник может быть уверен, что безбедная старость ему обеспечена. Вот почему американцы начинают путешествовать, когда уходят на пенсию.

Исходя из этих преимуществ, Америка действительно обладает более высоким уровнем жизни по сравнению со странами СНГ. Менталитет, комфортные условия для жизни инвалидов, манера общения подтверждают то, что здесь все сделано для людей.

Выводы

Итак, рассмотрев различия стран СНГ и США в контексте менталитета, правосудия, организации предпринимательской системы, ведения бизнеса, работы с персоналом и его особенностей, можно сделать следующие выводы:

- В Америке наблюдается направленность в первую очередь на человека. Воспитание строится таким образом, чтобы каждый американец чувствовал себя полноценной личностью и верил в собственные силы.
- Основные запреты накладываются на излишнее любопытство к чужой жизни, доходу и политическим взгля-

дам. Также на грубое вторжение в личную жизнь и несоблюдение личного пространства.

- Правосудие в США стремится к раскаянию преступника, иногда даже нетипичными методами. Люди очень законопослушны, за редким исключением.
- В Америке намного легче вести свой бизнес за счет мизерных налогов и простой регистрации предприятия, а также финансирования от муниципалитета.
- Конкуренция в странах СНГ не идет ни в какое сравнение с конкуренцией в Америке. Американцы полностью отдаются бизнесу и до сорока лет приобретают огромный опыт.
- Система работы американских предприятий может стать замечательным примером для всего бизнеса стран СНГ.
- Американские бизнесмены хорошо знают свое место на рынке и готовы к жесткой конкуренции за счет полной включенности в свой бизнес, а также отсутствия постоянного делегирования обязанностей.
- Система увольнения и работы с сотрудниками требует детального ознакомления. Поскольку даже для самих американцев эта сфера является достаточно проблематичной из-за частоты исков.
- Для слаженной и эффективной работы лучше подходят американские работники. Они всегда настроены на результат и не перечат руководству.
- Американский стиль жизни выражается нацеленностью на комфорт и благополучие граждан.

Дикий Запад, или Бессистемность в странах бывшего СССР

Эта история посвящена нашей действительности, и появилась она в моей книге с целью показать более четкие границы между полярными мирами Америки и стран СНГ. Чем отличается страна, в которой все регламентировано, везде и на все имеются рекомендации и инструкции, от страны, в которой все управление опирается на три волшебных инструмента: «авось», «небось» и «как-нибудь»? На самом деле в Америке есть немало людей, которые ведут свой бизнес по принципу «*mañana*», что в переводе с испанского означает «завтра». Но вряд ли в этой стране такие люди смогут добиться успеха, потому что завтра будут совсем другие деньги и того, что вы не заработали сегодня, вы не заработаете уже никогда. Сегодняшние успехи, заработки и выгоды вами уже упущены. Вы их прохлопали, господа. Увы, так бывает.

Широко известный Ицхак Адизес в своей книге говорит о том, что проблемы постсоветского бизнеса связаны с аморфной структурой языка. С этим утверждением сложно согласиться: оборотистость русского языка зачастую является главным двигателем прогресса. Но автор приводит интересный пример: самая известная фраза «I love you» звучит именно так, как «я люблю тебя»: I — я, love — люблю, you — тебя. Нельзя сказать «love you i» — «люблю тебя я», вас никто не поймет. Если вы скажете «you love i» — «тебя люблю я», вас тоже никто не поймет. Существует система, структура, а в России, например, вы можете сказать как угодно, «я люблю тебя», «я тебя люблю», «тебя люблю я».

Это будет понятно, здесь небольшая разница в интонациях. Все варианты означают одно и то же.

Адизес считает, что это минус. И, возможно, для производства это правильно. С другой стороны, такое манипулирование

словами позволяет расширить свой кругозор и, переставляя слова, добиваться нужных эффектов. Еще одно сравнение, которое использовал автор, — манера вождения русских людей. Писатель утверждает, что для людей из СНГ характерно отсутствие правил как при управлении автомобилем, так и при построении предложений. То есть полная бессистемность, что присуще и управлению.

Француз Маруа, в свое время работавший руководителем в одной из российских компаний, сделал вывод, что бессистемность — определяющая черта русского бизнеса. Почему-то русские бизнесмены в упор не видят того, что просто бросается в глаза западному человеку. Наверное, именно эта бессистемность и видна так явно всему миру. Скорее всего, имеется некая замыленность взгляда, культурная слепота, потому что с точки зрения бывших советских руководителей предприятия работают нормально. И если раньше это прекрасно работало, то сейчас конкуренция нарастает, таможенные пошлины стремятся к бесконечности, становится все сложнее платить достойную зарплату.

Так или иначе, любая система способствует тому, чтобы весь механизм работал более слаженно, более эффективно, более успешно. К сожалению, в странах СНГ это очень редко случается, но есть и приятные исключения, есть предприятия, которые прекрасно работают, ничуть не уступая своим западным коллегам. То есть люди обучаются за рубежом, получают профильное образование, нанимают консультантов, выстраивают свой бизнес.

Примеров удачного или неудачного систематирования в России великое множество, и наверняка вы с легкостью найдете примеры, где предприятие, очень сильно похожее на ваше, благополучно работает и получает прибыль, основываясь на том, что все-таки система должна быть. Системный подход, к сожалению, не всегда приводит к успеху, бессистемный же никогда к успеху не приведет. Удачи вам!

Глава 2. Стратегическое планирование жизни в США

Личный стратегический план работы – важнейшее условие достижения поставленной цели.

Брайан Трейси

Несмотря на постоянные изменения в политической и экономической ситуации в мире, один факт остается неизменным: многие русскоязычные приезжают в Америку в поисках счастливой и благополучной жизни. И это неудивительно, ведь в США правовая система абсолютно прозрачна, уровень коррупции крайне низкий, а наказания за нарушение закона, связанного с коррупционной деятельностью, вполне ощущимые, а не смехотворные, как в России или других странах СНГ.

Для того чтобы обосноваться в новой стране, прожить благополучную и счастливую жизнь в США, обязательно нужно разработать стратегический план. Следование стратегическому плану поможет вам совершать правильные действия и приведет вас к конечной цели.

Рекомендации друзей, или «Послушай и сделай наоборот»

К стратегическому планированию хотелось бы добавить небольшой совет на тему «Как проверить своих знакомых, близких и друзей на адекватность восприятия?». Насколько реально они представляют себе предмет, о котором вы пытаетесь получить у них информацию?

Задайте вопрос на интересующую вас тему любому из людей, мнению которого вы можете всецело доверять. Постарайтесь зафиксировать ответ любым доступным методом: запишите на диктофон или телефон. В крайнем случае, воспользуйтесь старым дедовским способом — напишите на бумаге основные тезисы ответа вашего собеседника. Отложите эту бумагу в сторонку.

По истечении месяца повторите свой вопрос в слегка измененной форме этому же человеку. Вы наверняка будете крайне удивлены тому, что один и тот же человек может посоветовать вам вещи, совершенно противоположные тем, что он советовал месяц назад.

И это не анекдот и не шутка. Такое случается со всеми, человек может и должен менять свое мнение. Никто не может, взглянув однажды на проблему, вынести безапелляционный вердикт с первого взгляда. Что хорошо, что плохо, а что совершенно по центру добра и зла.

Это очень субъективно, мы меняем свое мнение практически всегда. Но существуют моменты, которые становятся эталонными на практике. Моменты, которые четко показывают технику и объясняют, как и что происходит в этой опасной и дикой стране — Америке.

Здесь существуют незыблемые правила, сложившиеся если не веками, то десятилетиями, которые нарушать не принято.

И они подскажут вам, в каком направлении двигаться.

Поэтому главный мой совет таков: никогда не торопитесь, возьмите за правило получать как можно больше информации. Благо в открытом доступе ее предостаточно. Начиная от Википедии, на просторах интернета можно найти все, что угодно. Что касается стратегического планирования жизни в США, то эта глава послужит для вас хорошим источником полезной информации.

Рекомендация от друзей в нашем случае — это замкнутость информации. Получается, используя информацию только по знакомствам, люди лимитируют себя кругом своего общества. Стратегия «по секрету», когда люди друг другу рассказывают про какой-то бизнес, о котором все давно уже все знают. Бизнес оказывается неработающим, вложение в него ведет к плачевным результатам, а люди, не проверив (как же они могут проверить, если они получили самую «секретную информацию» и должны хранить ее втайне от всего остального мира?), вкладывают деньги. Потом выясняется, что про это уже писали статьи лет десять назад и показывали по телевизору. При всем при этом люди по новой, не понимая, куда они вкладывают деньги, снова и снова попадают.

Поэтому, если вдруг вам по секрету ваш сосед, знакомый или родственник рассказал про новую и гениальную идею заработать миллиард или триллион, сегодня же вложив 100 долларов, пожалуйста, перепроверьте. Для этого есть Google и, скорее всего, про это уже написали и, может быть, эту информацию он и получил там же, а сейчас просто пытается перепродать вам эту «гениальную идею».

В данной главе рассмотрим такие важные аспекты для жизни в США, как образование, государственное устройство страны и ведение здесь бизнеса. После знакомства с этой информацией у вас появится более четкое видение жизни в Америке.

Образование и формы правления в США

Почему я решил написать об образовании? Потому что в Америке образование — одна из наиболее важных сфер жизни. Более того, учиться в Америке никогда не рано и никогда не поздно. Обучающих программ здесь превеликое множество: с момента рождения ребенка и до того момента, пока сам человек считает, что он в состоянии воспринимать и усваивать знания.

Давайте более подробно ознакомимся с системой образования в США. В основном образование государственное и контролируется на трех уровнях:

- федеральный уровень;
- уровень штата;
- местные власти (власти города, муниципалитеты, которые тоже влияют на систему обучения).

Такое разделение обусловлено правительственной формой США. Хотелось бы вам напомнить еще раз, что Америка представляет собой союз пятидесяти в какой-то степени абсолютно независимых государств, которые имеют свои государственные законы. Единственные законы, которые являются общими для всех, — это федеральные законы и конституция.

В Америке перед конституционным и федеральным законодательством все равны. Но в каждом штате есть свое внутреннее законодательство, которое иногда может быть немного потешным.

Примеры «интересных» законов

Не могу об этом не сказать, так как иногда встречался с законами, запрещающими, например, переходить улицу в голом

виде. Еще в каком-то из штатов есть закон, запрещающий дома целоваться при открытых шторах, чтобы этого не видели соседские дети. И если они вдруг увидят, вас могут за это оштрафовать.

Эти примеры я привожу к тому, что, пересекая границу штата, которую вы можете и не заметить, вы попадаете под действие совершенно другого законодательства, в некоторых аспектах абсолютно противоположного.

Например, проституция узаконена только в одном штате Невада. Штат Невада имеет 16 районов (в Америке их называют графства), и только в 8 районах разрешена проституция, причем очень регламентировано: только в публичных домах. Если это происходит в частном порядке (на улице или любом другом помещении), это такое же нарушение закона, как и в любом другом штате. Даже в самом Лас-Вегасе проституция запрещена, зато в соседнем графстве все к вашим услугам. Такой же пример можно привести и о законодательстве в сфере хранения и распространения марихуаны. Например, в одном штате разрешается продавать, но не разрешается выращивать, а в другом разрешается выращивать, но не продавать; в третьем вы можете покупать только по рецепту доктора. В некоторых штатах, например в Калифорнии, вы можете заказать по телефону delivery (доставку), и вам привезут ее прямо домой.

В целом в США функционируют три ветви власти: законодательная, исполнительная и судебная. Все ветви равны между собой и контролируют, уравновешивают деятельность друг друга.

Законодательной властью в Америке является двухпалатный Конгресс. Конгресс занимается решением важнейших государственных вопросов: государственное управление, финансово-бюджетная сфера, объявление войны, назначение высших должностных лиц, налогов, сборов и множество других задач.

Власть Конгресса даже выше президента, который относится к исполнительной ветви власти, и он будет исполнять то, что решит Конгресс.

Исполнительная ветвь власти представлена президентом, вице-президентом, исполнительными департаментами, независимыми агентствами и прочими органами. Президент Америки является главой государства, главой правительства и Верховным Главнокомандующим Вооруженными Силами. Президент Америки — это функция, а не высшая власть. И хотя президент может повлиять на многое, делать, что угодно ему не позволят ни Конгресс, ни судебная власть.

Естественно, вице-президент является вторым человеком с теми же функциями, который в случае кончины либо импичмента президента занимает его позицию и вступает в должность исполняющего обязанности президента до той поры, пока не будет избран народом новый президент Америки.

Кстати, вице-президент и президент Америки никогда не путешествуют вместе. Они всегда добираются разными дорогами, потому что в случае катастрофы или покушения на одного из них второй тут же автоматически будет его замещать. Третья ветвь власти — **судебная власть**, абсолютно независимая ни от кого. Судебная власть представлена, прежде всего, основным органом — Верховным судом. Он может рассматривать иски на всех уровнях, в том числе и против штатов, и против правительства страны, и против Конгресса. Именно судебная власть определяет соответствие всех принимаемых в стране законов Конституции США. Верховному суду принадлежит очень большая власть, так как своими решениями он может заблокировать любые законы, в том числе и президентские указы. В состав Верховного суда входит девять судей.

Одного из них эти же девять судей выбирают председателем. И ни в какую зависимость от Президента либо от Конгресса он не попадает по той причине, что это высшая власть,

которая в состоянии судить Конгресс, членов Конгресса, Президента, вице-президента и весь кабинет, который помогает Президенту управлять страной. То есть, какой бы ни был президент в Америке, что бы он ни придумал, куда бы он ни пошел, любой его поступок, который нарушает Конституцию либо права, как американцев, так и других жителей планеты, моментально будет остановлен. Его приказ просто не вступит в действие. Но давайте вернемся к ознакомлению с системой образования. В принципе, уровень грамотности в США — 92%. Это не значит, что все имеют высшее образование, тем не менее, они отучились хотя бы в начальной школе, умеют читать и считать примерно так, как ученики пятого, шестого или седьмого класса в России.

Процесс обучения в США

Отдать ребенка в детский сад (preschool) можно уже в три года, но полноценный образовательный процесс начинается в пять лет в elementary school (начальной школе). Это еще не первый класс, а подготовительный период в kindergarten на базе школы. В шесть лет дети идут в первый класс. Затем — в middle school (среднюю школу), которая заканчивается восьмым классом. После этого их ждет high school (высшая школа), которая длится с девятого до двенадцатого класса. Обычно американцы получают среднее образование примерно к восемнадцати годам.

Тот, кому это удалось, может поступать в college (высшее учебное заведение). Здесь их достаточно много: технических и с разным уклоном. Там они получают degree (ученую степень, сравнимую со средним специальным образованием в России).

После этого они имеют возможность поступить в университеты, которые тоже многие называют college, где они учатся четыре года и получают степень магистра. Потом они могут идти в аспирантуру и получать докторские звания (за 3–4 года).

Это обязательное требование к образованию в медицине и адвокатской сфере. Медики и адвокаты обучаются дольше всех. Соответственно, они и стоят выше на иерархической лестнице.

Нельзя не отметить, что поступление после школы в 18–19 лет в college довольно интересно само по себе и сильно отличается от системы поступления в университеты стран СНГ. Если вы обращаетесь в какой-то университет, вас просят заполнить очень длинный application (форма анкеты).

Такие анкеты присылают огромное количество университетов, которые хотят привлечь как можно больше приезжих студентов. Так как, если вы живете в одном штате, а будете учиться в другом, то с вас как с приезжих будут взимать больше денег. Поэтому обучение иностранцев очень популярно. Их процент растет с каждым годом.

При поступлении в университеты, как правило, с вами будут проводить собеседование. Вам непросто предложат заполнить application с вашими оценками (которые тоже здесь делятся на пять, но по буквам от A (самая высокая оценка) до F (самая низкая оценка)). Но и будут интересоваться всем, чем интересуетесь вы (отношения в семье, место жительства, хобби, с кем вы дружите и т.п.). Каждый желающий поступить оценивается с разных сторон.

Если сравнивать начальное и среднее образование в Америке и СНГ, то американское уступает. Начальное образование в постсоветских школах дает более широкую сферу знаний, чем в Америке.

Еще хочу заметить, что если ребенок в начальной или средней школе не захочет учить какой-то определенный предмет, то никто его не будет заставлять, так как каждый выбирает себе высшее образование в том направлении, в котором он чувствует себя комфортно и которое ему нравится.

Я думаю, это хорошая идея, ведь не зря высшие учебные заведения в Америке считаются одними из лучших в мире.

Узконаправленные специалисты всегда идут намного дальше. Например, в России ни один стоматолог не скажет, что если вам надо вырывать зуб, то идите к другому, а если надо уколоть или сделать анестезию, то идите к третьему. В Америке это сплошь и рядом: рвет один, а сверлит другой. То есть даже в такой узкой области, как стоматология, в России один доктор в состоянии сделать практически все, а в Америке вам потребуется пройти несколько докторов и придется их менять. Тем не менее, каждый доктор в своем узком направлении просто виртуозен. Действительно, узконаправленная специальность позволяет достичь более высоких знаний именно в этом узком направлении.

Финансирование системы образования в США

Не могу не отметить, что в США практикуется хорошая финансовая поддержка университетов, то есть так называемый scholarship (предоставление стипендий), когда университетам выделяют определенные деньги.

Обычно, если ваш ребенок действительно в чем-то проявил себя и очень талантлив, то родители, как правило, хотят переехать поближе к той школе, которая, по их мнению, наиболее подходит для ребенка. Чтобы ребенок получил знания именно в интересующей его области.

Каждая школа финансируется по-разному, за счет налогов. Налоги обычно платят за недвижимость. Каждый год американцы платят от 1% до 2% налогов от стоимости своего жилья.

Это много, но в то же время, когда каждому налогоплательщику приходит письмо из City Hall (горисполкома), в котором четко объясняется, на что будут потрачены эти налоги, вы увидите, что огромная их часть уйдет именно на школы. В зависимости от того, сколько людей стремится попасть в эту школу, растет

стоимость недвижимости, расположенной рядом. Естественно, когда начинает расти стоимость жилья, то автоматически сам процент поступления налогов на школы тоже увеличивается. В конечном счете, школы получают больше денег в виде налогов от людей, которые стремятся жить рядом со школой. Если дома растут в стоимости, то, естественно, субсидируется сама школа, которая с каждым годом улучшается и дает знания все лучше и выше. Деньги не воруют, а тратят четко по назначению.

Полезный совет от автора

Как русскоязычные эмигранты могут получить хорошее образование бесплатно?

Если вы хотите получить хорошее высшее образование, то лучшие все-го получать его в Америке. Хочу еще добавить, что если вы сильно стремитесь учиться, то, даже не имея денег, вы обязательно будете учиться в хорошей школе. Большинство русскоязычных граждан, приехавших сюда с детьми, которые должны поступить в садик, начальную или среднюю школу, регистрируются на так называемую лотерею, которая есть во всех частных и престижных государственных школах. Тем самым они становятся в очередь и в случае выигрыша получают бесплатное образование в платной школе. Все, кого я знаю, и кто стоял в очереди, выигрывали обязательно. Все учатся в хороших частных школах.

Та же схема работает и с университетами. Если вы обладаете какими-то дополнительными способностями в любой области, например в спорте или музыке, то вне зависимости от того, какой уровень знаний вы продемонстрируете, вас возьмут. Решающим фактором вашего зачисления зачастую будет то, какое у вас хобби и какую новую струю вы сможете внести в образование именно в этом учебном заведении.

Самая лучшая инвестиция, которую вы можете сделать в своей жизни, — это инвестиция в знания для самого себя, для своих детей и своих близких. Инвестируйте в знания, в образование, давайте как можно больше возможностей учиться своим детям и близким. Поверьте, в этой стране с ее бешеным ритмом, в этой дикой стране Америке это действительно ценится выше золота.

Знания и бизнес в США

В США есть специальные школы и программы, которые мы вам настоятельно рекомендуем посещать, прежде чем вы примете решение заниматься каким бы то ни было бизнесом. Ведь если вы все-таки принимаете решение открывать свой бизнес, то вам наверняка понадобятся определенные данные и определенные знания именно в направлении ведения вашего бизнеса.

Также получить всю необходимую информацию вы сможете в City Hall (горисполкоме). Это то место, куда вы обратитесь за получением всех лицензий и разъяснений. Система абсолютно открытая и вам ничего не нужно искать на стороне. Главное определиться — какой конкретной деятельностью вы планируете заниматься. Затем следует обратиться в тот муниципалитет, который отвечает за ваш район, часть города или весь город.

Вам нужно четко донести ваши намерения, потому что иногда может быть именно в этом городе нет никакого смысла открывать именно ваш бизнес по независящим от вас объективным причинам.

Например, мечта американцев, уходящих на пенсию — купить McDonalds и спокойно сидеть дома, потому что это машина, которая просто печатает деньги. Иногда сама компания McDonalds не позволит вам открыть бизнес в том месте, которое, вы считаете, будет наиболее подходящим.

Если по данным компании McDonalds, к примеру, вы попадаете в треугольник, в котором уже находятся два либо три подобных ресторана: это может быть такой же McDonald's, либо это может быть Burger King, либо еще какой-нибудь из этого же уровня фастфуд. Компания будет четко просчитывать количество проезжающих, проходящих, всех потенциальных

клиентов. И если количество будет недостаточным для успешного ведения бизнеса, то компания просто не даст вам право открывать именно в этом месте свой ресторан.

У компании McDonalds по статистике практически не было бизнесов, которые обанкротились. Мы не знаем ни одно случая, чтобы McDonalds закрылся из-за того, что у них не было клиентов. У них все всегда очень четко рассчитано и просчитано: где он должен стоять и как он должен функционировать.

То же самое может произойти в любом муниципалитете, куда вы обращаетесь за получением информации об открытии своего бизнеса. Они вам могут сказать, что вы не можете открывать ресторан на улице, на которой расположены десять бизнесов, пять из которых — уже работающие рестораны (ресторанный бизнес почему-то привлекателен для людей, приезжающих из стран СНГ). В этом случае муниципалитет может подсказать вам, чем заняться в этом районе, либо где ваш бизнес будет более приемлем. Может быть, проживая в одном районе, вам придется открывать свой бизнес в другом, что совершенно нормально для Америки.

Поэтому не стоит пренебрегать возможностью сбора всей необходимой информации. Без наличия информации невозможно выстроить правильный и главное работающий стратегический план.

Пример неправильного стратегического планирования

Одним из ярких примеров отсутствия стратегического планирования были действия одного чиновника из России. Чиновник хотел создать бизнес по аренде яхт. И вместо того, чтобы составить стратегический план своего бизнеса, просчитать все расходы и потенциальную прибыль, он решил не заморачиваться

на деталях, а просто пойти и сразу же покупать яхты. Слава богу, денег было много, яхты тоже легко покупаются и продаются. И, по его мнению, будут клиенты, будет работа, будет все в полном порядке.

Этот российский чиновник, в то же время абсолютно успешный предприниматель в России, очень талантливый человек. И опыта у него было более чем достаточно, но этот опыт был российский. После того, как он накупил много красивого и дорогого железа, которое стояло в порту, он решил запустить рекламную кампанию, чтобы все это оборудование, все эти красивые яхты запустить в плавание. И только в этот момент он начал считать расходы на маркетинг. И оказалось, что не только по маркетингу, но и по многим позициям весь этот бизнес был для него не особо выгодным, а по многим позициям даже убыточным.

Второпях ему приходилось начинать сотрудничать с людьми, не особо одаренными. Эти люди были готовы бросаться на любое предложение по работе, потому что работы у них не было, так как с их навыками, знаниями и умениями на американском рынке просто никто не хотел их нанимать и им платить. Спешка была обусловлена тем, что поддерживать яхту в плавучем состоянии обходится около 10–15 тысяч долларов каждый месяц. В это включено: зарплата капитана, обслуживающего персонала, оплата за стоянку и т.д. В конце концов, этот бизнес не пошел и не совсем удачно закрылся.

Это один пример неправильной стратегии выбора и позиционирования своего бизнеса.

Прежде чем заниматься хоть каким-то бизнесом в США, даже если вы занимались этим бизнесом на Родине и у вас достаточный опыт для ведения этого бизнеса, обязательно проконсультируйтесь с бизнес-консультантами, которые рассмотрят ваш бизнес исходя из той ситуации, которая сложилась сегодня на рынке. Вам просто необходимо получить мнение

экспертов, которые за деньги помогут вам определить, каким образом вы сможете заработать в индустрии. Это касается как открытия нового стартапа, так и покупки уже готового бизнеса.

Если по какой-то причине вы не собираетесь открывать свой собственный бизнес с нуля, а планируете купить компанию, которая позиционирует себя на маркете как успешная и привлекательная, прежде всего вы должны обратиться к бизнес-консультантам. Они проведут анализ, проверят, все ли в этой компании так, как она себя позиционирует, определят, насколько перспективен этот вид сервиса или деятельности, который вы собираетесь покупать и чем вы собираетесь заниматься. Консультанты выяснят для вас, насколько это интересно и злободневно именно для данного места, для данной ситуации города и для всей страны. И вполне возможно, что вы не купите этот бизнес, а вам предложат совершенно другое, что может быть во много раз выгоднее и правильнее в вашей ситуации.

История покупки компании по логистике

Проверка необходима, даже когда вы убедитесь в том, что это действительно интересный бизнес, как, например, траковый (грузоперевозки и логистика). Он очень распространен в США и постоянно востребован. Здесь сеть железных дорог развита намного меньше по той причине, что треки более эффективны и быстрее доставляют продукцию.

Наш россиянин, желающий легализоваться в нашей дикой стране Америке, находит траковую компанию с небольшим количеством треков, около пяти. Он рассчитывает купить ее задешево, немного увеличить объем, количество работников и таким образом легализоваться, что в принципе совершенно нормально. В то же время эта компания должна была элементарно его кормить. Все было сделано абсолютно правильно. Встретились у адвоката, пожали

руки, подписали договор о намерении. Договорились, что будут произведены проверки этой компании адвокатом и бухгалтером: нет ли у компании долгов, что принадлежит компании, то есть все, что требуется на данный момент для того, чтобы было понятно, что он покупает. Но при всем при этом, так случилось, что покупатель с продавцом очень понравились друг другу, к тому же были из одной части нашей планеты. И продавец, абсолютно убедив покупателя в том, что компания замечательная, и он покупает ее на отличных условиях, попросил довольно большую сумму вперед — около 10–20% от стоимости компании. Ну и по-дружески, поверив в то, что сказано, наш человек все-таки эти деньги дает. Выяснилось, что компания была абсолютным «пищиком», что кроме долгов у нее ничего не наблюдалось, что своя диспетчерская оказалась неэффективной, там постоянно менялись люди. Деньги, которые были занесены, нужны были для того, чтобы каким-то образом перекрыться на короткий период времени, ну и, в конце концов, на проживание продавца и его семьи, которая оказалась довольно большой. Деньги практически были растрячены, и в момент, когда покупатель сказал, что, получив всю информацию, принимает решение не покупать компанию, в ответ услышал, что денег уже нет. Он на эти деньги, собственно говоря, попал.

Что я хочу сказать? Пожалуйста, прежде чем покупать что бы то ни было, убедитесь в том, что вам это нужно и что это реальный вид деятельности и сервиса, который востребован. Обязательно получите все возможные консультации. Пусть вы потратите на консультирование немного больше денег и времени, чем просто то, что вы отдастите любому адвокату. В любом случае, это лучше, чем покупать «кота в мешке». Предостерегаю вас сразу: никаких денег, даже если вы покупаете компанию у своего ближайшего друга или родственника, в Америке вперед заносить нельзя.

Никогда не забывайте, что бизнес в Америке и бизнес на постсоветском пространстве — это две совершенно разные действительности.

История про проценты и прибыль

Я хочу поделиться с вами одной историей, которая будет нести в себе некоторые рекомендации по планированию бизнеса. В былые времена один мой коллега Владимир работал в компании города Санкт-Петербурга в России и консультировал одну финансовую фирму, которая занималась проведением газопровода на территорию возводимого в те годы завода по производству автомобилей Hyundai.

В ходе переговоров появилась договоренность — помимо всего прочего, взять на себя производство каких-то агрегатов для новых автомобилей. От финансовой компании была выдвинута целая делегация, в нее был приглашен Владимир в качестве переводчика и консультанта. Эту делегацию отправили в Южную Корею, в Сеул, где она обсуждала полученное предложение взять на себя производство сидений для автомобилей, и ознакомилась с особенностями данной сферы деятельности в этой стране.

Гостей приглашали на различные заводы, они посетили многие объекты, на которых изучили как каркасное производство, так и нюансы обтягивания сидений. В Корее можно наблюдать большое количество заводов, они достаточно успешно работают, но без каких-то весомых достижений.

Тем не менее, все производственные помещения отличаются чистотой и порядком, рабочие довольны и ответственно выполняют свои обязанности. При этом, удалось выяснить, что доход на выпускаемую продукцию у корейских предприятий, которые занимаются выпуском сидений для Hyundai, равняется 5%: вложив 100 долларов, они получают 105.

Вы даже не представляете себе разочарование руководителя фирмы, да и всей делегации в целом! Ведь это просто немыслимо — только 5%! И ради этого нужно было строить производственные площади, приобретать и ввозить оборудование,

обучать персонал? При этом не получилось убедить никого в незэффективности такой схемы, ведь для корейских производителей большое значение имеет скорость изготовления автомобиля — чем быстрее его выпустят, тем скорее он получит свой доход. Поэтому нельзя было говорить о какой-то годовой прибыли. В России предпочитали в то время вложить деньги в тот проект, который позволял за очень короткое время удвоить сумму.

Дело в том, что при вложении 100% и получении 5% прибыли не рассматривался срок, за который это происходило. Во-первых, эти деньги оплачивались сразу, а машина продавалась в течение месяца. Это 5% каждый месяц, 60% в год, а может, и больше: все зависело от производства и от времени продажи. Нам старались объяснить, что продажа одного автомобиля занимает от двух до четырех недель, и если взять в среднем за три недели, то это даже больше, чем 5% в месяц. Но для этого нужно было приложить массу усилий и это не заинтересовало руководство нашей делегации.

Следует отметить, руководство нашей делегации в этом вопросе было не однокосо. При посещении одного из заводов в Сеуле в conference Room собралось довольно много представителей корейской стороны.

Когда начали обсуждать вопросы сотрудничества, не было понятно, кто же именно является главным на этом корейском предприятии. Вопросы задавались практически всеми корейцами, иногда даже перебивая друг друга. Гостей из России, нашу делегацию встречали очень радушно везде и всюду, но когда был задан вопрос, кто же является человеком, принимающим окончательное решение со стороны корейцев, выяснилось следующее. Оказалось, что владельцами являются все работники этого предприятия, то есть предыдущее руководство, являвшееся собственником этого предприятия, приняло решение о закрытии бизнеса, так как прибыль в 5% для них тоже не являлась привлекательной. Работники предприятия объявили забастовку

и в результате получили этот завод в свое управление. Вы бы видели, какой порядок и чистота царили на этом предприятии, это нельзя было даже назвать заводом — кристальная чистота как в лучшем пансионате на лазурном побережье в Майами!

Подводя итог, нужно сказать, что в Америке любой бизнесмен и предприниматель будет носить вас на руках в случае предоставления пяти процентов прибыли от вложенных 100 долларов, если это может происходить хотя бы один раз в месяц. То есть каждый месяц он вкладывает эту сумму, и каждый месяц он получает 5% прибыли — это 60% в год минимум. Нет, друзья мои, он не будет носить вас на руках, он будет на вас молиться каждое утро и вечер, без устали и без выходных.

Репутация в бизнесе

В Америке очень важна репутация: как ваша, так и вашего бизнеса. Хорошую репутацию достаточно сложно заработать, но очень легко потерять. Поэтому, если вы новый человек в стране, то вам нужно стараться соблюдать те правила, которые здесь приняты.

В США большое значение имеет пунктуальность. Поэтому, если вы понимаете, что можете опоздать на пять-десять минут, настоятельно рекомендую вам позвонить тому, кто вас ждет, и предупредить о задержке.

Пример из жизни

Также в качестве примера хочу привести вам один случай, который однажды случился с одним из моих коллег. Ему сделали заказ на большую рыбачью яхту, яхта была нужна срочно, на завтрашний день, с 12 до 16 часов, при этом заказ поступил уже вечером. Для выполнения заказа пришлось поднять на ноги

капитана и, несмотря на его занятость и планы, уговорить его принять этот заказ. Наш автор попросил заказчиков перезвонить для подтверждения заказа.

Но через некоторое время звонок не поступает, а после попытки связаться с заказчиками, оказалось, что их телефон отключен. На следующее утро ситуация не прояснилась, так как номер телефона клиентов до сих пор молчал. И когда уже судно и команда были в полной готовности, пришлось приступить к решительным действиям. Автор начал искать другие контакты клиентов. В результате некоторых усилий нашел тех, кто порекомендовал его этим людям.

Выяснилось, что заказ был в силе, просто клиенты поехали в магазин за наживкой. Все разрешилось благополучно, шутками и смехом. Это было смешно, потому что в Америке на любом судне, которое оказывает услуги по рыбалке, имеется вся необходимая наживка и другие нужные аксессуары. Поэтому брать что-то с собой не требуется, кроме денег, которыми вы оплатите полученные услуги. Тем не менее, сделав выводы из создавшейся ситуации, автор больше никогда не работал с компанией, которая порекомендовала этих клиентов и практически самоустранилась, не доведя дело до конца.

Если вы собираетесь что-то заказать или планируете за кого-то поручиться, то вам следует десять раз все обдумать и препроверить, прежде чем переходить к каким-то действиям. В этой стране действуют свои правила, которые обязательно нужно выполнять. Если вы бизнесмен, то ваш телефон должен быть на связи 24 часа в сутки. Мало ли, что может случиться с вашим бизнесом, и какие дела могут потребовать вашего вмешательства. Также нужно четко выполнять свои обязательства и держать данное слово. Если вы пообещали что-то и не сделали, особенно если это повторилось дважды, то можете быть уверены в том, что третьего раза не будет. Очень часто к вам не будут обращаться и после первого раза.

Случались ситуации, когда владелец какого-то бизнеса брал заказы на два месяца вперед, но при этом переставал отвечать на звонки, либо не нанимал секретаря для ответа на звонки. В итоге, по истечению этих двух месяцев к нему не поступало новых заказов, и он разорялся. И таких примеров великое множество.

Пожалуйста, будьте пунктуальны, держите слово. Страйтесь вести себя со всеми своими партнерами так, как вам хотелось бы, чтоб ваши партнеры и знакомые вели себя с вами. Но, говоря о стратегическом планировании жизни, нельзя ограничиться только бизнесом и образованием. Ведь в жизни каждого человека помимо материальных успехов очень важны личностные отношения. Все мы в погоне за своим успехом, самореализацией и карьерой порой забываем о таких важных вещах, как семья и личная жизнь — и это неправильно.

Итоги

Ну что ж, а теперь давайте подведем итоги этой главы. Какие главные факторы необходимо учитывать при стратегическом планировании жизни в США?

- Первое действие при составлении стратегического плана — сбор как можно большего объема достоверной информации.
- В США у вас есть хорошая возможность получить качественное образование, даже бесплатно. Учитесь, учитесь всегда, учитесь до той поры, пока вы в состоянии усваивать новые знания!

Запомните! Если вы не идете вперед, то вы откатываетесь назад — стоячего положения нет.

- Также не стоит забывать, что в каждом штате Америки существует свое законодательство со своими особенностями, а незнание законов не освобождает от ответственности, поэтому крайне важно ознакомиться с законодательством вашего штата.

При стратегическом планировании, как вашей личной жизни, так и бизнеса в Америке не стоит пренебрегать консультациями профессионалов.

- Ведение бизнеса в странах СНГ кардинально отличается от бизнеса в США, и здесь вам также помогут грамотные консультации специалистов.
- Я уверен, что если вы воспользуетесь всей полученной информацией, вероятность достижения счастливой и благополучной жизни в США будет намного большей.

Глава 3. Иммиграция

Непредубежденное изучение проблем иммиграции убедило меня в том, что ее невыгоды носят временный и локальный характер, а ее выгоды — постоянный и общенациональный.

**Оскар Строс (1845–1926),
министр торговли, министр труда США**

Когда я приехал в США, то был неприятно удивлен и поражен одним наблюдением: наши соотечественники, прожив в новой стране уже около десяти лет, совсем не хотели помогать новоприбывшим из СНГ — ни информацией, ни советом. Скажу сразу, что иммигранты становятся успешными в Америке далеко не сразу и не сидя сложа руки. Впрочем, успех и адаптация могут прийти к вам намного быстрее, если вы будете делать все правильно. А Америка только этому способствует. Я убежден, что в мире нет более открытой страны. Тут можно получить всю нужную информацию из открытых и доступных источников.

Однако есть большое но: вы должны знать английский язык. Если вы хотите, чтобы ваша жизнь в США наладилась как мож-

но быстрее, выполните условие — привыкайте говорить по-английски везде и всегда.

Однажды одного старого и невероятно умного человека спросили, как он обрел мудрость. Он ответил: «Я просто никогда не стеснялся спрашивать». Это правило успеха работает и в США. Вы имеете все моральные права не стесняться, не бояться и спрашивать у местных жителей о том, что хотите узнать. Задавайте вопросы, выражайте свое мнение. Также не стоит забывать о поисковой системе Google, которая отвечает буквально на все вопросы.

Для серьезных вопросов все же лучше прийти в местный Сити Холл или в мэрию и попросить официальное лицо про-консультировать вас по интересующему вас вопросу.

Если вы решите использовать одновременно несколько источников, будьте готовы к тому, что вас может обескуражить та информация, которую вы получите в официальном учреждении, особенно после самостоятельного поиска этой же информации в Google.

Данные могут не совпадать. Дело в том, что сведения в интернете очень часто отличаются от законов штата или города, в котором вы живете. Америка — это, как вы уже знаете, практически союз пятидесяти разных государств со своими индивидуальными законодательствами, которые могут объединять только федеральные законы. Поэтому в интернете вы можете найти официальную версию законодательства, которая не распространяется на территорию того города, графства (района) или штата, куда вас забросила судьба.

Не нужно бояться возможных трудностей. Еще не было ни одного зарегистрированного случая, когда переехавший в США человек умер от недоедания. Даже нелегальные иммигранты находят себе работу и живут, не голодая. Однако известно много случаев, когда наши соотечественники разочаровывались в «американской сказке», бросали все и уезжали обратно. Возможно, над ними брала верх непобедимая тоска

по Родине или они просто проявили малодушие и неспособность к выживанию на этом «диком-диком Западе».

Мне больно видеть таких разочарованных людей, и поэтому хочется, чтобы ваш приезд в эту страну стал самым лучшим решением в вашей жизни. Я искренне хочу, чтобы вы добились здесь успеха.

Психология и отличия американцев

Профессиональные психологи считают, что социальные инстинкты формируются у человека еще в детстве — в возрасте от одного года до семи лет. Мы их получаем от родителей и окружения, и они остаются с нами на всю жизнь. Можно изменить манеры поведения, но не социальные инстинкты — это уже навсегда.

Итак, какие же различия между «нашими» и американцами? В первую очередь стоит вспомнить о традиционной американской улыбке. Все знают, что в Америке люди часто улыбаются. Иногда наши соотечественники подозревают американцев в лицемерии, но это вопрос их воспитания. Точно так же, как в Америке все улыбаются, в России приятели при встрече здоровятся, пожимая друг другу руку. Отказ от этой привычки люди примут за грубость и враждебность. Вот и американцы отсутствие улыбки воспринимают именно так.

Следующая особенность — повышенная доверчивость американцев. Русскоязычные люди, в свою очередь, довольно осторожны и придирчивы. Они привыкли к двойным стандартам со времен СССР, поэтому для них привычно воспринимать некоторые вещи двояко. У американцев же совсем иначе, они привыкли называть все своими именами. В связи с этим при выборе коллег и партнеров лучше все же отдавать предпочтение американцам. Они более исполнительны.

Приведу один пример: в одну из российских компаний в 1990-е на пост менеджера был приглашен американец-консультант. Он каждое утро раздавал всем подчиненным задания, созывал пленерки, интересовался, есть ли вопросы у подчиненных, и все ли им понятно. И когда он получал ответ: «все хорошо», он успокаивался. Но под конец рабочего дня оказывалось, что все было не так уж «хорошо», ведь многие задачи попросту не были выполнены.

Русскоязычные, грубо говоря, люди ленивые. Американец, привыкший к исполнительности своих подчиненных, не мог понять, что происходит и почему никто ничего не делает, и поэтому он был уволен. На его место пришел американский русскоязычный менеджер, с русским менталитетом, который понимал, почему никто не работает и что нужно с этим делать. Производительность быстро удалось нормализовать, и начальству понравился новый сотрудник.

Бытует мнение, что отрицательные стороны истории СССР нанесли ущерб формированию национального российского менталитета, который теперь сильно мешает жить россиянам. Например, в нас заложено понимание двойных стандартов, мы всегда знаем, что где-то есть «второе дно», ведь мы к этому привыкли. Наши поговорки «Работа дурака любит» и «Не «обманешь» — не проживешь» очень хорошо показывают стремление «наших» обойти систему. Такое подсознательное желание обмануть, представление о необязательности исполнения законов, желание обойти их, найти для себя «халаву» и получить возможность что-то не сделать, на чем-то «схалтурить» — все это очень вредит жизни людей из СНГ в США.

В Америке есть четкое представление того, что все законы обязательны для исполнения, причем для всех: для чиновников, бизнесменов, политиков и для простых граждан. Все равны перед законом: как в своих правах, так и в обязанностях. Поэтому американцы всегда строго следуют всем инструкциям, и, конечно, элементарно читают их.

«Наши» же работники считают это совсем не важным. Должностная инструкция может быть любого размера, большого или маленького. Но «наш» из принципа не будет ее читать. Вот почему в США иммигранты должны изменить свое поведение, стать такими же педантичными и исполнительными, как сами американцы, иначе они просто не смогут здесь жить.

Еще одна особенность американских людей состоит в том, что они доброжелательно относятся к новичкам в профессиональном коллективе, потому что здесь нет понятия дедовщины на рабочем месте. Поэтому всем молодым специалистам, которые только начинают входить в профессию, лучше начинать работать именно в американском коллективе. Начальник, который вас нанял, имеет о вас хорошее мнение, вам не нужно ему доказывать свою профессиональную компетентность. Он будет слушать вас, и будет доверять вам.

Русский начальник и весь коллектив в целом очень саркастически настроены по отношению к новому работнику. Наши соотечественники любят «потроллить», посмеяться над молодым специалистом. Они относятся к нему очень несерьезно и снисходительно, пока тот на деле не докажет, что с ним надо считаться и что он заслуживает должность, которую получил.

США — это страна для бизнеса. Если вы будете создавать рабочие места, платить налоги, то вам тут всегда будут рады. Здесь вы будете иметь очень большое преимущество — у вас никогда просто так не отнимут вашу частную собственность. «Рэкет», «кумовство», незаконное присвоение чужого бизнеса родственниками высокопоставленных чиновников — вещи совершенно невообразимые для Америки. Это одна из причин того, почему здесь так хорошо развивается бизнес. Однако, если вы хотите процветать, вам придется много работать. В США все успешные бизнесмены — страшные трудоголики.

Чтобы адаптироваться к жизни в США, нужно помнить о нормах вежливого и спокойного общения не только в обществе, но и в сети.

Американцы по праву считаются очень общительными, обаятельными и милыми людьми. При этом надо заметить, что дежурные улыбки и приветливое «Хай!» — это часто всего лишь признак вежливости, бессознательное поведенческое действие, которое ничего не значит. Это вовсе не проявление личной симпатии к вам и не желание с вами заговорить. Однако такие развитые социальные навыки и привычки делают американцев привлекательнее, вы сами сможете это почувствовать. Но можете ли вы себе представить, чтобы на улице Санкт-Петербурга, Москвы или где-либо еще с вами начали приветливо здороваться все прохожие? Конечно, нет. Если, конечно, вы не широко известная личность.

Америка — страна возможностей. Вы даже можете в определенных обстоятельствах не платить кредит за дом. Сейчас я расскажу вам историю, которая обычному россиянину покажется совершенно невероятной и выдуманной.

Один наш соотечественник эмигрировал в США вместе со своей девушкой, американкой, на которой женился еще в России. Переехав в другую страну, он оказался в очень бедственном положении. У него не было ни работы, ни стабильного дохода, и, конечно, не было какого-то накопленного капитала, как у нас говорят в России, «на черный день».

Тем не менее, он совсем не постеснялся пойти в банк и попросить для себя кредит на сумму в 600 000 долларов, чтобы купить дом, где будет жить его семья. Как ни странно, банк был, в общем-то, не прочь выдать ему кредит, но менеджер сообщил, что для получения кредита нужен первоначальный взнос от клиента, чтобы таким образом дать гарантию своей платежеспособности. Наш соотечественник несколько этому не смутился и... угадайте, что он сделал? Вот и нет! Он пошел

в другой банк и взял маленький кредит под сумму этого первоначального взноса. После этого он внес взнос в первый банк, получил деньги и купил себе дом.

В итоге у нашего друга на плечах оказалось сразу два кредита — за дом и за первоначальный взнос для получения первого кредита. Со временем он выплатил первый, маленький кредит. Проблемы начались в тот момент, когда он не смог оплатить взнос по второму основному кредиту за дом. Сначала он с большим трудом вносил необходимые суммы, потом лишь проценты по кредиту, а после вообще перестал что-либо платить. И вот уже на протяжении нескольких лет он ни копейки не платит за свой кредит и продолжает жить в своем американском доме.

Более того, в США, как и в России, есть свой налог на недвижимость, и, что интересно, он намного выше российского. Но наш соотечественник, будучи в бедственном положении, не мог оплатить и этот налог тоже. Государство требует выполнения этого условия, ведь с неоплатой таких налогов в США шутки плохи. И поэтому банк самостоительно стал перечислять государству необходимую плату!

Но почему же банк его не выселит, спросите вы, почему терпит такую невероятную, несусветную наглость? Выяснилось, что для выселения неплатильщика из дома каждому банку в США нужно провести огромную бюрократическую процедуру, которая требует много денег и человеческих ресурсов. Нужно оформить множество документов, оплатить услуги юристов, создать специальный отдел по выселению именно этого человека, нанять сотрудников для этого отдела, выделить помещение и провести множество других болезненных для банка операций. По этой причине предпочтительнее продолжать верить обещаниям нашего соотечественника о том, что скоро он начнет платить по кредиту, и пока что не выселять его из купленного дома.

Конечно, я ни в коем случае не призываю всех новоприбывших иммигрантов поступать так же. Не нужно воспринимать

рассказанную мною историю как некий «лайфхак» по богатой жизни в Америке. Однако все вышесказанное поможет понять вам, что в США выжить не так уж сложно, как может казаться из-за границы. Как я уже писал, еще ни один иммигрант не умер от голода в Америке.

Как выучить любой язык за 6 месяцев? Школы и уроки английского языка

Как правило, иммигранты, переехав в США, через время приходят к пониманию, что язык учить — надо, и что без знания языка здесь очень некомфортно, а на переводчиков денег не нападешься. Что сделает любой человек, решив освоить новые знания? Разумеется, начнет искать репетитора или обучающие курсы. Проблема наших иммигрантов в том, что поскольку они общаются с людьми в рамках русского квадрата, то, соответственно, если им кого-то и порекомендуют, так это таких же иммигрантов.

Как показывает практика, ничего толкового в плане обучения из этого не выходит по той простой причине, что преподаватель не заинтересован в том, чтобы вы:

1. Выучили язык хорошо.
2. Выучили его быстро, так как ему куда выгоднее получать почасовую оплату в течение длительного времени и учить вас абы как.

И именно поэтому изучение языка у бывших соотечественников — это вид развода на деньги. Поймите сами: вы можете ходить к репетитору и год, и два, а потом забросить всю эту учебу, решив, что у вас нет способности к языкам. Речь уже не идет о качестве «инглиша», который преподают русскоязычные репетиторы.

Если вы хотите действительно освоить язык и сделать это быстро, поступите следующим образом. Разместите на специализированном сайте Craigslist объявление «Требуется на 2–3 часа в день студент — носитель английского языка. Цена 10 долларов в час». В чем фишка, спросите вы, ведь преподаватель по-русски ни бум-бум, как я с ним буду общаться? Как он меня будет учить? И в этом заключается потрясающий эффект такого способа обучения.

Представьте: приходит человек, который владеет только английским языком. Вы пытаетесь ему на пальцах объяснить, что хотите изучить язык. Он вас, естественно, не понимает, но так как в его задачу входит только разговор на его родном языке, а деньги уже уплачены, он начнет говорить. Потом он начнет показывать пальцем на те или иные предметы. И, о чудо! Вы уже через пару встреч начнете понимать, что он говорит. Более того, вы будете запоминать и начнете произносить слова на правильном английском без русского акцента. Самое главное, ничего не записывайте: просто слушайте, вслушивайтесь и повторяйте. И можете быть уверены — через месяц вы начнете говорить на английском. Даже если вам с детства внушали, что у вас нет никаких способностей к изучению языков.

Этот метод не теоретический, он на практике проверен на выходцах из бывшей Родины, и поверьте: они остались довольны не только скоростью обучения, но и тем, какие огромные деньги они на этом сэкономили.

Ни для кого не секрет, что для успешной жизни в Америке нужно свободно владеть английским языком. Но что делать тем людям, которые не имеют таких знаний, но очень хотят мигрировать в ближайшем будущем? Можно ли пройти ускоренный процесс обучения?

Когда некто в первый раз приехал в Китай, то он не говорил на языке этой страны. В один из дней ему предстояло путешествие на ночном поезде, он провел восемь часов в вагоне-

ресторане, беседуя с одним охранником поезда, который по какой-то причине заинтересовался его персоной.

Они говорили на китайском, охранник рисовал какие-то картички, махал руками, использовал мимику, и с течением времени наш герой начал понимать его слова все больше и больше.

И каково же было его удивление через две недели, когда он оказался посреди толпы, разговаривающей на китайском языке, и осознал, что понимает речь этих людей. А это учитывая то, что он не прилагал никаких усилий к изучению языка.

Для начала, конечно, вам нужно хотя бы знание базовых слов и предложений.

Этому научиться просто, и обычно, при подготовке к иммиграции, все люди уже знают хотя бы базу. Любое приложение на телефоне позволит вам пройти первый уровень изучения языка совершенно бесплатно.

Чтобы **быстро** освоить иностранный язык, важно слушать живую речь из жизни. Учебные аудиозаписи могут казаться более простыми для освоения, адаптированные книжки — легче в чтении. Но свободное владение английским приобретается только при изучении аутентичного контента: фильмов, песен, речи американцев.

У многих возникает проблема именно в разговоре на английском. Вроде все понимаем, но сказать ничего не можем. И это не страшно. Не нужно бояться, что вы можете показаться необразованным, вы ведь только приехали в новую страну и учите язык. Американцы тоже не говорят на русском языке, вы же не считаете их из-за этого глупыми или неспособными к обучению.

Иммигранты отдают своих детей в американские школы, где преподают на английском языке, и дети проводят там с 8 утра до 3 дня, пять дней в неделю. Детям не только нужно понять, о чем идет урок или о чем говорят их одноклассники, но еще и выучить урок и сделать домашнее задание. Причем, некоторые родители еще и требуют от детей учиться на «пятерки».

Дети не боятся ошибаться, пусть первое время неправильно произносят слова или не в том порядке, или в неправильном времени, но через месяц-два они на автомате начинают говорить правильно. При этом они совершенно не задумываются о правилах построения предложения.

Дети попадают в среду, где все говорят на английском языке, у них нет выбора, они начинают понимать и учить язык в разы быстрее, чем родители, которые сидят дома или на пляже со своими соотечественниками.

Если проводить два часа каждый день в разговоре сносителем языка, именно с американцем, вы будете понимать и говорить на языке уже через полгода. Вам уже не составит труда сходить в банк или послушать новости по телевидению, или попросту поговорить по телефону с офисным работником вашего здания, где вы живете.

Сначала это дается трудно. После часа разговора ваши «мозги закипают», вы теряете внимание, и вам совершенно не хочется ни с кем говорить, но после первой недели ежедневного общения для вас эти два часа будут пролетать незаметно. Изучая материалы на живом языке, вы быстрее поставите правильное произношение, избавитесь от русского акцента и будете понимать любую английскую речь.

Если нет возможности найти американского «друга», можно просто нанять студента-американца, который ни слова не понимает по-русски и платить ему 10 долларов в час за беседы с вами. Именно беседовать, а не только слушать, как говорит американец. Послушать разговор можно и по телевизору, и в кинотеатре, и в интернете, самое важное — говорить тоже. Фильмы тоже лучше смотреть на английском языке. Например, на Netflix много документальных, художественных фильмов и сериалов, которые вы можете смотреть с субтитрами.

Медицина

Медстраховка обязательна для всех (если нет страховки — надо платить штраф). Есть бюджетные варианты от 20 долларов в месяц, но многие предпочитают отделаться штрафом.

Есть больницы, где можно получить консультацию врача или медуслуги без страховки, но счет может влететь в копеечку, мягко скажем. Для женщин есть Planned Parenthood, где бесплатно или почти бесплатно можно пойти на осмотр, получить рецепт на контрацептивы или направление на роды/аборт.

Основное различие страховок в том, что одни позволяют выбирать врача и идти к нему напрямую, а другие — идти к своему терапевту и брать у него направления к остальным врачам.

За страховку надо платить налог (в конце года придет счет на почту, и в любом случае страховку надо декларировать). Налог составляет около 8% от общей суммы, которую платишь. Работодатель часто помогает, оплачивая 50–90% страховки. Хорошие работодатели покрывают ее не только сотруднику, но и жене/мужу и детям сотрудника. Часто бывает так, что сотруднику покрывают 90%, а его супруге/супругу — 50% или меньше, но бывает, что всем покрывают на 90%.

Есть множество разных вариантов страховок (для студентов есть хорошие бюджетные варианты). Те, что подороже (стоят около 600 долларов в месяц, но из них вы лично платите, скажем, 60 долларов), позволяют выбрать любого врача. Тогда за визит вы платите фиксированную сумму: 20 долларов (визиты бывают разными — от консультаций до процедур, поэтому цены очень разнятся, но вас это не касается, это все покрывает страховка). Если вдруг вы теряете работу не из-за тунеядства, а по какой-то другой причине, то государство «поддерживает» вашу медстраховку еще 18 месяцев. То же самое касается страховки того, кто записан в графу Dependent.

В данном случае имеется в виду, что вы не теряете ее автоматически и можете тянуть за свой счет.

За офтальмологическую страховку нужно доплачивать, и там накапливается отдельная сумма, которую можно потратить на линзы, жидкость для хранения линз, очки.

Стоматологическая страховка обычно стоит столько же, сколько и обычная. Она покрывает ежегодные осмотры и чистки зубов. Лечение зубов, правда, очень дорогое (почистить канал стоит 1 200–2 000 долларов, пломба ~ 255 долларов, любая несложная работа ~ 170 долларов), так что многим выгоднее ездить в другую страну для этого. Отбеливание считается косметической процедурой и страховкой не покрывается.

При записи к доктору спрашивают вашу этническую принадлежность, расу и почему-то религию. Первый раз это конфузит, но потом бойко говоришь: «Eastern European, white, not religious».

Перед встречей с некоторыми врачами медсестра вас взвесит, измерит рост, а также измерит давление. Данные заносятся в вашу медкарту.

Так как медицина в Америке дорогая, рекомендуем вам пройти осмотр врачей у себя на Родине. Особенно это касается стоматологии.

Налоги

Этот вопрос вызывает наибольший интерес и страх у тех, кто переезжает в США, и сравним с вопросами по медицинской страховке.

Налоги вам придется заплатить, если вы находились в США больше 180 дней — именно после этого срока вы становитесь налоговым резидентом. Если находились в США меньше 180 дней, будете платить у себя в стране. Беларусь и США подписали договор об избегании двойного налогообложения, поэтому платить нужно только в одной стране.

Федеральный налог — этот налог, одинаковый для всех штатов и зависит он от уровня дохода и некоторых других факторов. В США используется прогрессивная ставка налогообложения: чем больше вы будете зарабатывать, тем больше будете платить налогов. В большинстве случаев, для семейных пар выгоднее подаваться вместе, чем раздельно, а также налоговый резидент в браке заплатит меньше, чем тот, кто в браке не состоит.

Налог штата варьируется по штатам от 0% (Техас и ряд других штатов) до 13% (Калифорния). Учитывайте это при выборе штата для переезда!

Но при этом также смотрите на налог на недвижимость, если собираетесь что-то здесь покупать. В Техасе, например, налог на недвижимость в несколько раз выше, чем в Калифорнии (правда, сама недвижимость в Калифорнии в разы дороже). Считается, что Флорида очень выгодный штат в плане налогов. Видимо поэтому, а не только из-за климата, туда переезжает так много американских пенсионеров.

Social security tax — налог для обеспечения пенсии, выплат инвалидам и безработным. Этот налог составляет 6,2% от общего дохода, такой же процент еще дополнительно платит и работодатель.

Medicare — налог на медицинскую помощь для бедных и пожилых людей. Этот налог составляет 1,45%, такой же процент платит и работодатель за вас.

Так, давайте теперь разбираться, сколько все-таки придется платить. Возьмем пример семьи из Колорадо (налог штата — 5%), у которой годовой налогооблагаемый (это важно!) доход на семью составил 100 000 долларов.

1. Федеральный налог: 18450 долларов, эта семья заплатит 1845 долларов (ставка 10%);

18 450 до 74 900 долларов – 8 467 долларов (ставка 15%);
74 900 до 100 000 долларов – 6 275 долларов (ставка 25%);
Итого: 16 587 долларов (16,5% от зарплаты).

2. Налог штата – 5% от дохода, или 5 000 долларов.
3. Social security tax – 6.2% от дохода, или 6 200 долларов.
4. Medicare tax – 1,45% от дохода, или 1 450 долларов.

Итого мы получаем 29 237 долларов, или 29.2% от дохода семьи.

Очень много.

Прелесть в том, что таких вычетов можно насобирать довольно много. Есть вычеты за наличие ипотеки, за образование детей, за какие-то покупки, связанные с работой, за медицинские траты, за то, что вы имеете медицинскую страховку (а вы ее обязаны иметь), за то, что вы отложили в свой пенсионный фонд, за то, что потеряли дивиденды по рухнувшим акциям, за благотворительность и т.д. И именно поэтому в Америке принято хранить все чеки, все распечатки, все контракты и договоры – как минимум в течение года.

Если вы просто работаете как наемный работник в одном штате, получаете зарплату, то свою налоговую декларацию вы подадите без проблем. Есть такие сервисы как Turbotax или TaxAct, в которых, отвечая на простые вопросы, вы заполните всю информацию, посчитаете свои вычеты и отправите электронную декларацию в электронной форме в IRS. Да, первый раз процесс займет у вас часа два, потому что вы будете все тысячу раз перечитывать и перепроверять (или не будете). На следующий год система подтянет автоматом все ваши данные из старой декларации, и заполнение займет минут двадцать.

Конечно, если у вас большие доходы или сложная структура доходов, или вы претендуете на большие вычеты, можно обратиться к налоговым консультантам, которые детально

изучат вашу ситуацию и за определенную сумму или процент от возврата оформят ваши налоги.

Шаг 1. В январе вам приходит форма W-2, где будет расписано все, что вы заработали и все налоги, которые заплатили. Обычно на работе бухгалтер отдает эту форму прямо в руки. Если у вас в банке есть сберегательный счет, на который начисляются проценты (0,01% годовых прямо сейчас), они пришлют еще одну форму W2.

Шаг 2. Вы платите за подпись на TurboTax (от 39 до 89 долларов в год) и, выполняя простые и понятные инструкции, заполняете свою налоговую декларацию. Форму необходимо отправить до середины апреля (иногда этот срок могут продлить).

Можно, конечно, все сделать на сайте IRS бесплатно, но это не рекомендуется, если вы не разбираетесь во всех тонкостях и не знаете всех вычетов.

Шаг 3. Все! Хвалите себя за то, какие вы умные и как легко со всем справились. Ждете возврата, если вы на него претендуете. Да, налоги могут вернуть, если вы заплатили больше чем нужно. И это чертовски приятно!

Если вы претендуете на возврат, то после рассмотрения вашей декларации (в течение нескольких дней), деньги прилетят вам на карту за пару недель. В прошлом году IRS вернуло гражданам около 60 миллионов долларов налогов. Местные магазины и бизнесы всегда устраивают различные акции и предлагают скидки в период налоговых возвратов. С этими деньгами намного легче расставаться. Хотя известны случаи, когда налоги приходилось и доплачивать.

«А что будет, если я допущу ошибку в налоговой декларации?» Лучше этого не делать. Все-таки налоги в США — это очень щепетильная тема, а неуплата налогов или сокрытие доходов очень серьезно наказываются штрафом или тюремным заключением.

Если у IRS возникнут вопросы к вашей налоговой декларации, ее могут отправить на аудит. По данным IRS на аудит отправляют

меньше 1% (0,7% в 2016 году) налоговых деклараций, поэтому если вы не скрываете миллионные доходы, беспокоиться вам не стоит.

Но опять же, читайте все внимательно и перепроверяйте, особенно первый раз.

Если вы не получаете заработную плату и работаете на себя — вы обязаны платить self-employment tax (социальный налог). С каждого заработка доллара отчисляется определенная сумма в Social Security и Medicare. Отчисления платятся в социальный фонд, пока прибыль не достигнет 118 500 долларов. Выплаты в Medicare не зависят от прибыли.

Подсчитываем, платить ли налог

Чтобы вычислить налогооблагаемую сумму, следует заполнить Schedule C к ф.1040. Полученный результат умножьте на 92,35%. Если цифра равна 400 долларов или меньше — платить налог вы не будете. Если сумма выше, вы — плательщик налога. К примеру, после всех расходов, вы заработали прибыли 500 долларов, умножили на 92,35%, получилось 461,75 долларов — вам необходимо заплатить сбор.

Размер налога и куда он используется

Состоит из 2-х составных частей:

Social Security (12,4%) — выплачивается до достижения годового дохода 118 500 долларов;

Medicare (2,9%) — в независимости от размера дохода платится постоянно.

В общей сумме с человека, занимающегося предпринимательским трудом, высчитывается 15,3%.

Предусмотрена процедура вычета из облагаемого дохода. Заносите в приложение SE величину налога, 50% от этой сум-

мы пишете в Ф.1040 (строка 27), это уменьшает сумму, которая указана в строке 38.

Например, облагаемый доход от индивидуальной работы равен 50 000 долларов. Высчитываем сумму self-employment tax — $50\,000 \times 92,35\% = 46\,175$ долларов, теперь считаем налог — $46\,175 \times 15,3\% = 7\,065$ долларов. Определяем, насколько уменьшится облагаемый доход: $7\,065 \times 50\% = 3\,532$ долларов.

Все эти подсчеты сложны и в разных штатах США они разнятся. Поэтому налогоплательщики обращаются к специалистам за помощью или пользуются приложениями в интернете. Все полученные средства правительство направляет на помощь и социальные пособия пенсионерам, инвалидам и малоимущим слоям населения.

Отчетность и авансовые платы

Отчиваться можно в приложении SE (Schedule SE, Computation of Social Security Self-Employment Tax). Отчет подается вместе с годовой налоговой декларацией.

Если ваш налог больше тысячи долларов в год, то каждые три месяца вносятся деньги авансом. Ежеквартальный отчет производится по форме ES (Estimated Tax for Individuals). На сайте IRS выберите удобный способ выплат, можно оплачивать через EFTPS (систему электронной оплаты).

Каждый квартал взносы отправляют не позднее этих дат текущего года:

1. До 18 апреля.
2. До 15 июня.
3. До 15 сентября.
4. До 15 января.

Другие налоги

В Соединенных Штатах помимо сбора с зарплаты имеется еще ряд налогов:

На продажу

Значительная часть средств американцев идет на налог с продаж. Все торговые точки удерживают его при реализации товара, в каждом штате он разный.

Приобретаете продукты, питаетесь в ресторане, покупаете вещи, мебель, ремонтируете и заправляете авто — все покупки и услуги облагаются налогом.

На некоторую продукцию сбор регулируется отдельно, а определенные товары — как горючее топливо, например — имеет существенную разницу цен по стране. И получается, что в Техасе бензин дешевле в 3 раза, чем в Калифорнии.

На автомобиль

Взнос на автомашину в каждом штате разный. Сумма незначительная, по сравнению со страховкой машины. Если автостраховка обойдется водителю около 1 500 долларов, то налог на транспорт от 70 долларов. Опять же, это зависит от штата и марки вашего автомобиля. Вам выдадут наклейку, которую нужно приклеить на номер автомобиля и сможете спокойно ездить до будущего года.

На недвижимость

Владельцам собственного жилья в США необходимо отдавать за свой дом в налоговую немалую сумму. Например,

недвижимость оценена в 300 000 долларов. В зависимости от штата взимаемый налог будет от 3 до 5 тысяч долларов. Ежемесячно будете платить 300–500 долларов.

Относительно перспективного направления для бизнеса в США очень сложно посоветовать что-то конкретное. Это действительно страна больших возможностей. Лучше обратите внимание на географический признак, то есть штат.

Оцените конкуренцию, наличие квалифицированной рабочей силы, инфраструктуру, качество жизни, особенности местных законов и налоги. Подумайте и начните действовать.

Школы

Ступени школьного образования в США

Школьное образование в Америке слагается из трех ступеней: начальная школа (elementary school), средняя школа (middle school) и высшая школа (high school).

Учебный год продолжается в американской школе 170–186 дней; дети обучаются пять дней в неделю. Продолжительность учебных занятий в день составляет 5–6 часов (с 8:30 до 15:30). Учебный год, как правило, делится на семестры.

Начальная школа

Elementary school — это самостоятельно существующее учебное заведение, где один учитель ведет все занятия с классом. Родной язык и чтение занимают почти половину учебного времени, на математику отводится столько же времени, сколько на музыку, изобразительное искусство и ручной труд.

В целом начальная элементарная школа в Америке состоит из пяти лет обучения с 1-го по 5-й класс, и здесь обучаются дети с 5-летнего возраста до 11–12 лет. Ребенок, окончив-

ший эту школу, имеет «начальное образование» (elementary education).

Средняя школа

В middle school (средней школе) обучаются дети в возрасте от 11-ти до 14-ти лет. На этом уровне школьники начинают заниматься с учителями, преподающими определенные предметы.

Ученики обязаны изучать лишь пять основных предметов, обычно это математика, английский язык, информатика, история, естествознание. Другие предметы даются на выбор ученика, обычно это иностранные языки, искусства и технологии. Важное место в средней американской школе занимает спорт.

Старшая школа

Старшая школа (high school) — последний этап среднего образования в США, с 9 по 12 класс. Здесь ученики до 18 лет готовятся к поступлению в вуз. Только окончив старшую школу, американцы вправе поступать в колледж и университет. Подросток, окончивший эту школу, имеет «среднее образование» или «образование второй ступени» (secondary education).

В последних классах старшей школы ученики сдают тест SAT двух ступеней. Первая (SAT I) включает вербальную и математическую части, вторая (SAT II) более сложная, проверяет знание трех предметов на выбор ученика.

Тест сдают, как правило, в 11-м или в самом начале 12-го, выпускного класса школы. И уже по окончании первого полугодия 12-го класса — т.е. даже не дожидаясь окончания школы — выпускник рассыпает заявки в интересующие его колледжи.

В дополнение к самому тесту студент пишет эссе, которое, будучи обязательным дополнением к SAT, направляется в приемные комиссии колледжей вместе с результатами тестов.

Классификация школ в США

Public schools (государственные школы)

Public schools — самые распространенные школы, в которых учится около 86% американских детей. Бесплатные школы находятся на государственном финансировании. Качество образования в каждой из них сильно отличается и зачастую зависит от суммы финансовой поддержки.

Public schools подчиняются школьным округам (за исключением штата Мэриленд). Это административно-территориальная единица США.

Рейтинг школ

Показателем качества обучения в государственной школе является ее рейтинг: он колеблется от 1 до 10. На рейтинг школ влияет ряд факторов: размер финансирования (деньги на школы идут из бюджета штата и городских налогов на недвижимость), успеваемость учеников, успешность сдачи тестов и т.д.

Рейтинг школ — штука настолько важная, что он него даже зависит стоимость близлежащих домов. В районах с хорошими школами она всегда существенно выше. Дело в том, что публичную школу в абсолютном большинстве случаев нельзя выбрать. Ребенок пойдет в школу, которая закреплена за районом проживания.

Однако часто в крупных городах и небольших перенаселенных районах мест в высокорейтинговых школах на всех живущих в округе детей не хватает, и тогда эти места разыгрываются в лотерею. В случае проигрыша ребенка отправляют в ту школу, где есть свободные места.

Заявления на участие в лотерее нужно подавать задолго до начала учебного года — в январе или феврале, иногда даже в сентябре за год до поступления. Результаты лотереи также могут приходить в разное время — как в марте, так и в августе, за несколько недель до начала учебного года. Точные сроки подачи документов и получения ответа нужно узнавать в местном отделе образования.

Чартерные школы

Чартерные школы (*charter schools*) — это что-то среднее между публичной и частной школой, у них тоже есть свой рейтинг. Государство выделяет деньги на каждого ученика, но школа также собирает и взносы с родителей.

Как правило, система преподавания в таких школах отличается от стандартной — это может быть Вальдорфская школа или Монтессори. В настоящее время в США работает более 1 200 чартерных школ, в которых учатся почти 600 тысяч детей.

Частные школы

Частные школы — еще один достаточно популярный вид школ в США. Обучение в них, естественно, платное.

Частных школ (*private school*) в стране около 30 тысяч. Они финансируются за счет платы, которую вносят родители. Стоимость обучения достаточно высока (от 12 до 30 тысяч долларов) Программы этих школ заметно отличаются, и, как правило, в лучшую сторону, от программ государственных школ. Во Флориде обучение в частной школе обойдется вам от 20 до 40 тысяч в год.

Частные школы предлагают более интересное и углубленное обучение: продвинутый уровень по математике и наукам, из-

учение иностранных языков, искусства, музыки, поощряются активные занятия спортом, участие в школьных спортивных командах и соревнованиях.

Частные школы гордятся своими выпускниками, следуют традициям и помогают детям поступать в лучшие университеты США.

Для детей с уникальными способностями, талантом или даром в Соединенных Штатах Америки существуют отдельные школы. Однако попасть туда сложно. Ребенку нужно доказать, что он лучше своих сверстников в каком-либо деле. Также существуют школы для детей с различными отклонениями: в частности, это касается детей с нарушениями слуха, зрения, физического развития.

Есть узкоспециализированные школы, например, школа математической направленности Stuyvesant. Ее сокращенное название — Stay.

В США у родителей есть выбор, куда отдать учиться ребенка: в государственную бесплатную школу, достаточно дорогою частную, в так называемую чартерную, за которую платят и родители, и государство, или же вообще оставить ребенка учиться дома.

Аттестат с доставкой на дом

Еще один вариант получить аттестат о школьном образовании в США — домашнее обучение. Этот вид бесплатного образования достаточно распространен — 3,4% всех школьников (а это более 1,7 миллиона человек) в США учатся дома.

Что нужно иммигранту для поступления в школу

Чтобы устроить ребенка в школу, иммигранту, прибывшему даже в середине учебного года, нужен минимум документов:

- прививочная карта;
- подтверждение места жительства (счет за воду или интернет, договор на аренду жилья и т.д.);
- в некоторых школах требуют оценки за прошлый класс (обычно в частных школах).

Подтверждения легальности пребывания ребенка в стране не требуют — бесплатное школьное образование доступно для всех. (Но для обучения в частных школах вы должны представить документы о легальном пребывании ребенка в США).

Роды

В США рожают не в роддоме, а в госпитале, под присмотром личного врача. С госпиталем и врачом заключают отдельные договоры на медицинское обслуживание.

Врач

Можно найти русскоговорящего врача, недорогого. Съездить на пробный прием к нескольким и выбрать того, кто понравится. Врач посоветует госпиталь, в котором вы будете рожать.

Врачу платят за роды 5 000 долларов, еще 1 000 долларов — за анестезию.

Когда поедете знакомиться с врачом, обращайте внимание на его коллег. Может случиться так, что во время ваших родов доктор будет занят, тогда его подменят коллеги.

В договор с врачом обычно входит два приема до родов, непосредственно роды и один прием после них. Уточните, что вы рассчитываете на минимальный пакет услуг, иначе вам добавят кучу ненужных анализов, а после предъявят счет

на 10 000 долларов. Договоритесь, что все дополнительные услуги вы будете обсуждать до их оказания.

Госпиталь

Средняя стоимость родов в госпитале — 3 500–4 000 долларов. В эту стоимость входят роды и 48 часов пребывания в палате. Каждые дополнительные сутки обойдутся примерно в 1 000 долларов.

Американские госпитали выглядят потрясающе. Роженице выделяют отдельную палату с туалетом, душем, диваном для посетителей, телевизором и кроватью, в ручки которой встроен пульт управления: можно регулировать положение кровати, выключать свет, вызывать персонал. Медсестры тут улыбчивые и милые, потому что получают за работу 30–50 долларов в час. Это много даже по американским меркам.

Врачи в США часто сами назначают дату и время родов. В этот день беременную стимулируют с помощью специального препарата, от которого начинаются схватки. Через час, когда схватки сильные, но боль еще терпимая, врачи делают анестезию. Еще через пару часов происходят непосредственно роды. Это снижает риск для роженицы, но повышает риск для ребенка. Можно договориться с врачом, чтобы роды были естественными. На это соглашаются не все врачи.

В госпитале первым делом вы заполняете анкету. После роженицу переодевают в халат и отводят в помещение для родов. Сразу навешивают датчики на живот и палец. Ставят капельницу, пить и есть не дают, разрешают только сосать лед. Муж находится рядом и отвечает на вопросы о дополнительных анализах. При необходимости сотрудники бесплатно звонят переводчику.

Еще одна деталь: при выписке нужно обязательно иметь автокресло, иначе персонал просто не выпустит вас с ребенком из госпиталя.

Без отчества

В американском свидетельстве о рождении отчество ребенка записывается в графе Middle Name. Если этого не знать и написать только имя в First Name и фамилию в Second (Last) Name, то у ребенка не будет отчества даже в русских документах (они делаются по американским). Это может опечалить отца.

После родов

После выписки из госпиталя новорожденного нужно несколько раз показать педиатру. В госпитале вам помогут выбрать педиатра и запишут на прием. Если необходимо, можно найти и русскоязычного.

На дом врача вызвать нельзя — нужно приезжать самим, даже если у новорожденного температура. На дом вызывают только неотложку по телефону 911.

Первый раз педиатр принимает ребенка через сутки после родов. Потом надо будет прийти на прием еще несколько раз в ближайшие пару месяцев. Педиатр берет 100 долларов за прием. Посещать его обязательно, иначе вами заинтересуется полиция. Вы родили гражданина США, и власти заботятся о нем.

Но, в отличие от России и других стран бывшей Родины, в США нет обязательных к посещению врачей кроме педиатра. Если у ребенка все в порядке, никто не заставит ходить еще к лору и невропатологу и выискивать какие-то проблемы.

Документы

Ребенку сначала делают американские документы, потом российские (или других стран).

Американский паспорт

В госпитале вам выдадут свидетельство о рождении. Оно стоит 50 долларов. Советуем взять два экземпляра, на всякий случай.

Затем делается американский паспорт. Нужно сходить в ближайшее почтовое отделение и заполнить анкету. К анкете приложите свидетельство о рождении, фотографию ребенка, загранпаспорта родителей и чек на 80 долларов. Паспорт сдаются за шесть недель или за четыре недели, если доплатите еще 40 долларов.

Когда ребенку исполнится 21 год, родители смогут подать заявление в иммиграционную службу и тоже получить гражданство США.

Чтобы улететь в Россию или другую страну, ребенку нужно либо оформить нужную визу в американский паспорт, либо сделать загранпаспорт.

Чаще всего делают загранпаспорт. Сначала нужно отправить в государственные органы свидетельство о рождении, где к нему выдадут апостиль — это документ, который делает свидетельство международным. На это потребуется неделя. Потом нужно перевести свидетельство о рождении и апостиль на русский (или другой нужный вам) язык и заверить у нотариуса, это стоит 250 долларов.

После этого нужно собрать два пакета документов: на прием ребенка в гражданство и на выдачу ему загранпаспорта. Записаться на прием в российское (или вашей страны) посольство в Вашингтоне. В посольство придется летать дважды: на подачу документов и на получение паспорта. Паспорт делается за месяц.

Есть агентства, которые оформляют документы сами, и леть никуда не придется. Их услуги стоят от 1 000 долларов.

Кому не стоит ехать в Америку?

- Людям, которые не стремятся выучить язык, ведь они даже не смогут комфортно существовать в русскоговорящих районах. В итоге они начнут жаловаться на жизнь и вернутся назад в Россию.
- Людям, которые по случайности выиграли грин-карту, поехали осмотреть достопримечательности и остались в стране на некоторое время.
- Людям, которые не интересуются менталитетом новой страны, они не знакомы с обычаями и привычками местных жителей.
- Людям, которые думают, что все получат сразу и ничего не делая. Всем по приезду в новую страну приходится тяжело работать, поэтому не нужно себя обманывать.

Большинство думают, что по приезду они получат чемодан денег, ключ от города, и им скажут: «Вот, на, живи». Нет, такого не будет. В Америке надо пахать на одной работе, на двух, платить налоги, откладывать деньги, собирать на дом или на покупку машины и обязательно строить кредитную историю и пользоваться ей правильно.

Если человек хочет ехать в Америку, ему сразу надо выполнить следующие действия: начинать учить английский язык, заходить на форумы, читать истории эмигрантов, заранее знакомиться с людьми из того региона, куда он едет, узнавать цены на недвижимость, искать работу, обучаться какому-то конкретному навыку, который он может применить здесь. Тогда этот человек сможет адаптироваться в этой стране, но он должен понимать, что ему все равно будет тяжело. Здесь можно попасть в любые непредвиденные обстоятельства и все может

сложиться не так, как вам хочется. И каждый должен об этом как следует подумать.

Десять лучших городов для жизни в Америке

Я хочу рассказать вам про десять лучших городов для жизни в США.

Стоит отметить, что этот список составлен на основе собственных впечатлений, экономических показателей и отзывов друзей и знакомых, которые жили или живут в этих городах. Конечно, если вы студент или пенсионер, человек с большой семьей, то для вас этот список может быть совершенно другим. Все зависит от целей и задач, которые вы ставите перед собой.

Сиэтл

Это один из самых быстро растущих и развивающихся городов США. Тут находятся штаб-квартиры таких компаний, как Boeing, Amazon, здесь открылась первая кофейня StarBucks. А в лесах под Сиэтлом находится огромное поместье Билла Гейтса, недалеко от главной штаб-квартиры Microsoft. Город растет и развивается, поэтому там много работы, особенно для тех, кто занимается современными технологиями и программированием. С 2014 года в городе начался строительный бум. В местном даунтауне становится все больше и больше небоскребов. Над небоскребами величественно возвышается гора Рэйнер. Буквально в получасе езды от города есть множество горнолыжных курортов.

В Сиэтле очень развитый общественный транспорт, а по уровню грамотности населения он находится на первом месте среди всех крупных городов США. В городе отлично представлены все четыре сезона. Зимой температура опуска-

ется до -2 градусов, а летом может доходить до 25 градусов тепла. В общем, отличный город для жизни, особенно для тех, кто хочет иметь все прелести жизни в крупном городе, при этом без больших скоплений людей, как в Нью-Йорке.

Чикаго

Знаменитый город ветров, город мафиозных разборок и самого первого небоскреба. Чикаго занимает 3 место в США по уровню экономического развития после Нью-Йорка и Лос-Анджелеса. Чикаго находится в регионе, который называют средним западом. Считается, что жители среднего запада обладают более дружелюбным нравом, по сравнению с остальной Америкой. Они еще более открыты и не сильно зациклены на себе. Город хорош для жизни тем, что здесь найдется работа на любой вкус — от программистов до архитекторов и инженеров. Чикаго имеет очень развитую систему транспорта и очень спокойные пригороды, идеально подходящие для семейной жизни. В городе также представлены все четыре сезона. Летом температура поднимается до 30 градусов, а зимой опускается в среднем до -10 градусов мороза.

Вашингтон

Это столица Соединенных Штатов. Из-за запрета строить здания выше монумента Вашингтона от города веет европейским шармом. Все здания маленькие, отовсюду виден возвышающийся над городом Капитолий. Этот город очень маленький по размеру, но идеальный для тех, кто хочет строить политическую карьеру, работать вне коммерческой организации, заниматься американским правом, или просто жить в городе по соседству с президентом США. В городе также представлены все четыре времени года, а зимой даже иногда идет снег.

Нью-Йорк

Словами, естественно, его не описать, это абсолютно уникальный город, настоящий живой организм. Муравейник, который потрясает до самой глубины души и оставляет неизгладимое отражение в памяти.

Момент, когда в первый раз вживую видишь Манхэттен, остается с тобой навсегда. В Нью-Йорке можно услышать речь на всех языках мира, попробовать кухню абсолютно всех народов мира. Этот город — идеальное доказательство того, что все нации могут жить буквально под одной крышей, вовсе не вступая в конфликты. Вопреки бытующему мнению, Нью-Йорк — это не только небоскребы. Большинство ньюйоркцев живет в малоэтажных домах. Также абсолютно неверен стереотип о том, что Нью-Йорк — это каменные джунгли; наоборот, город полон зелени и парков. Чего стоит только знаменитый Центральный Парк. Город подойдет для представителей любых профессий, но наибольшее развитие потенциала ждет, конечно же, финансистов и людей, связанных с банковской системой. В Нью-Йорке невероятно красивая осень и довольно холодная зима. Поэтому жители европейской части России почти не почувствуют разницы.

Денвер

Это относительно небольшой город в штате Колорадо, население которого составляет всего 700 тысяч человек, но он имеет невероятные виды на скалистые горы и может похвастаться самым низким уровнем безработицы в стране. Город очень спокойный, он имеет тихие и развитые пригороды для семейной жизни. А рядом с городом имеется целая сеть горнолыжных курортов и красивейших горных парков. В 2012 году штат Колорадо узаконил рекреационное использование ма-

рихуаны, после чего снизился уровень преступности и увеличилось количество рабочих мест. Штат ежегодно получает около 200 млн долларов налогов от продажи травы, а уровень употребления марихуаны среди подростков остался прежним. В общем, интересный штат и город, обязательно поезжайте туда, чтобы осмотреться и оценить.

Лас-Вегас

Существует стереотип, что этот город в штате Невада — это только казино, бары и проститутки. Но на самом деле сейчас он переживает строительный бум. В него приезжает все больше и больше людей. Цены на недвижимость в нем до сих пор на относительно низком уровне. В общем, сейчас Лас-Вегас переживает второе рождение и динамично развивается, принимая инвестиции во все сферы экономики. Одно из главных достоинств города, на мой взгляд, — это чистота. Единственный минус — это жара, летом температура может доходить до 50 градусов.

Сан-Диего

Это небольшой город на самом юге Калифорнии, неподалеку от границы с Мексикой. Несмотря на близость с южным соседом, латиноамериканцев не так много, как в Лос-Анджелесе. Сан-Диего — очень семейный город, который тоже обладает европейским шармом. Многие обеспеченные люди живут именно в Сан-Диего, а на работу многие ездят в Лос-Анджелес, потому что это занимает всего полтора часа. Город является домом для основной базы военно-морских сил США в тихом океане. В нем находится тренировочный лагерь знаменитых морских котиков, на чьи занятия можно посмотреть по утрам. В 2014 году Сан-Диего был признан лучшим городом в США

для старта бизнеса или стартапа, поэтому предпринимателям обязательно стоит взять его на заметку.

Лос-Анджелес

Это развлекательная столица мира. Город занимает второе место по экономическому уровню в США после Нью-Йорка. Это центр развлекательной и творческой индустрии. Все основные киностудии и звукозаписывающие студии находятся в нем.

Именно здесь рождаются главные мировые фильмы и музыка. На пляжах Тихого океана получила развитие сфера инновации и стартапов, здесь находятся офисы Snapchat, Facebook (Meta), Google и множества других технологичных компаний. Город полон культа самовыражений, каждый старается выделиться настолько, насколько это возможно. В воздухе витает дух конкуренции, ведь сюда приезжают люди, чтобы стать знаменитыми, и они готовы ради этого на многое. Вокруг полно тихих пригородов для спокойной жизни, а работы тут хватит для всех, чем бы вы ни занимались. В нем вечное лето, а зимой могут пройти дожди, снега тут не бывает и вовсе.

Кремниевая долина

Она включает в себя такие города, как Сан-Хосе, Пало-Альто, Маунтин-Вью, Редвуд-Сити и десяток других. Так вышло, что долина является центром развития технологий. Отсюда началось распространение компьютеров и смартфонов, социальных сетей и многих других технологий. Это центр стартап-индустрии. Самые талантливые и умные люди из всего мира стремятся сюда, чтобы получить финансирование и реализовать свои гениальные идеи. Здесь находятся такие компании, как Google, Facebook, Apple, Oracle, Intel, Hewlett-Packard, Tesla

и десятки других, чьими продуктами и услугами пользуются сотни миллионов людей по всему миру. Если вы предприниматель или стартапер, это ваше место. Также здесь находится один из самых лучших университетов мира Стэнфорд.

Сан-Франциско

Это самый неамериканский город США, который известен своей быстро меняющейся погодой, вечным туманом и дождями.

Здесь самая дорогая недвижимость в Америке с самыми покатыми склонами и самыми безумно красивыми видами. Это один из самых толерантных и миролюбивых городов мира. В нем зародилось движение хиппи за мир во всем мире. В этом городе началась сексуальная революция и появились ЛГБТ движения. Сан-Франциско — небольшой город, но очень населенный. В нем много работы в инженерной области, для программистов и финансистов. Если вы будете в США, то нельзя не заехать в Сан-Франциско, потому что этот город навсегда останется у вас в сердце, и вы почти наверняка захотите в нем жить.

Как «разводят» иммигрантов в США?

Эту часть книги можно без преувеличения назвать захватывающей и даже детективной. Я расскажу, с какими видами «развода» вы непременно столкнетесь по прибытии в США, причем, для того, чтобы познакомиться с тем или иным типом лохотрона или кидалова, вам даже не нужно посещать какие-то сомнительные заведения или гетто. Все будет чинно-благородно: доброжелательные люди в костюмах, светлые офисы или приличные кафе-ресторанчики; вы даже не заметите,

как десятки тысяч ваших личных денег незаметно перекочуют в алчные лапы любителей сделать небольшой гешефт на богатом эмигранте. Поэтому надеюсь, что теоретическое знакомство с такими товарищами на страницах этой книги не пройдет бесследно, будет для вас полезным на практике, поможет сэкономить крупные суммы денег и избежать массы неприятностей.

Место встречи изменить нельзя: где кидалы находят «клиентов»?

Есть несколько мест, которые человек, прибывший из СНГ, обязательно посетит вскоре по приезду — это русские рестораны, кофейни, магазины и агентства недвижимости.

И об этом знают все, кто живет в стране достаточно долго для того, чтобы понять, что именно тут начинают свое знакомство с местностью свежеприбывшие олигархи. Вычислить новичка не составляет никакого труда, тем более что русский квадрат занимает площадь всего в 10 квадратных километров, включая гламурные, а лица мелькают одни и те же.

Как только вы переехали, сразу же стали объектом наблюдения. Нет, за вами не ходит «хвост» и не фиксирует ваш график передвижения; зачем, если вы и так придете туда, куда приходят все без исключения иммигранты. Там, где вы совсем не ожидали подвоха (ну какой, казалось бы, подвох в колбасной лавке?), обязательно состоится «знаменательная» встреча. Как выяснится, совершенно «случайно» вы познакомитесь с риелтором, а вам как раз нужен такой специалист, ведь надо решать вопрос с недвижимостью! Если это будет не сам риелтор, то человек, чей друг — агент по недвижимости «с большими связями и возможностями». И пока вы дома будете рассказывать жене про удачную встречу, можете быть уверены, где-то за столиком русской кафешки на вас уже строят большие планы.

Как бы параноидально это не звучало, поверьте, это чистая правда. Вы не представляете, как далеко готовы зайти люди, чтобы заработать хоть что-нибудь. Особенно это касается агентов по недвижимости, чей заработка очень нестабилен и зависит только от того, удастся ли ему «подцепить» клиента и закрыть сделку или нет. Доходило до смешного, но некоторые дамы-риелторы отдавались потенциальным клиентам в надежде на завершение сделки, но такие бонусы, увы и ах, результатов им не приносили. Так что стоит быть готовым ко всему, и в первую очередь, к потере крупной суммы, на которую вас захочет «нагреть» чуть ли не каждый, кто встретится на вашем пути с предложением всевозможных услуг.

Поскольку вопрос с жильем является, в большинстве случаев, главным, давайте начнем с продавцов недвижимости и способов, которые практикуют многие из них в стремлении поживиться.

Риелторы

Наверняка вы уже заметили, что слово «риелтор» мелькало на страницах книги достаточно часто, и в большинстве своем, упоминания носили негативный характер. Я вовсе не хотел принижать всех риелторов поголовно и выглядеть на их фоне белым и пушистым. Самоутверждение за чужой счет не является целью данной книги. Но я хочу, чтобы вы усвоили одну простую вещь, и потому посвящаю этому достаточно времени: именно риелторы очень часто становятся причиной потери клиентом крупных сумм денег, времени и возможности получить своевременно необходимую визу и вид на жительство.

Чтобы не быть голословным, приведу пример. Не так давно общался с двумя нефтяниками из России, которых серьезно «обул» один из местных риелторов: он их убедил, что достаточно купить много дорогой недвижимости и грин-карта у них

в кармане. Видимо, этот деятель обладает отличным даром убеждения, так как клиенты «купились» на эти сказки и выбросили баснословные суммы на приобретение квартир и дорогих автомобилей; один даже раскошелился на яхту, до того ему понравилась идея без лишних телодвижений получить американское гражданство.

С учетом того, что такой способ получения грин-карты в природе не существует, и за покупку недвижимости никто гражданство не выдает, мы сейчас имеем в наличии двух кандидатов на депортацию, так как никто из них не позаботился о своевременной сдаче документов на получение визы. Как печальный итог: потеря огромных денег, времени и возможности на законных основаниях легализоваться в США.

Хотя все, что им следовало сделать — дать хорошего пинка этому аферисту еще на подлете и не экономить на консультации у вменяемого иммиграционного адвоката. Но все хорошо заканчивается только в сказках, а тут, увы, конец печальный: алчный продавец недвижимости из-за нескольких тысяч комиссионных попросту угrobил судьбу двух семей. И не понесет за это никакого наказания, так как он не нарушал законодательства.

Никогда не покупайтесь на историю о том, что вам показали самую лучшую квартиру, да и вообще на нее масса претендентов, поэтому можно и не успеть. Недвижимости в стране — море, а желающих ее купить куда меньше. Не торопитесь хватать первое, что предложили, и по той стоимости, которую озвучил ваш агент. Изучайте самостоятельно предложения на рынке недвижимости, общайтесь с местными жителями. В наше время вся недвижимость без исключения выложена на главном риелторском сайте Америки www.realtor.com. Вам остается только найти интересующие вас объекты, а затем просто привлечь риелтора для оформления сделки, и тем самым легально сэкономить большую часть комиссионных, «вшихтих» в вашу сделку.

Как я уже говорил, обычные горе-риелторы стараются взять с клиента по максимуму, а потому они достигли небывалых высот по части втирания в доверие. Такой агент попытается стать для вас гидом, другом, секретарем, поводырем, нянькой и кем угодно, особенно если вы не говорите по-английски, лишь бы получать свои комиссионные в каждой лавке, куда вы с ним зайдете. Ну и, разумеется, он приложит максимум усилий, чтобы продать вам недвижимость по самой высокой цене, которую только можно запросить, и, к сожалению, такие фокусы удаются куда чаще, чем следовало бы.

Поскольку сделкой с недвижимостью дело не ограничится, ваш агент обязательно начнет вам рекомендовать «нужных» людей: иммиграционных адвокатов, брокеров, у которых найдется специально для вас парочка великолепных прибыльных бизнесов на продажу, и прочих «специалистов». Так как у всех этих деятелей совести нет, а в глазах вместо зрачков, знак доллара, то каждый, кому вас «продаст» ваш риелтор, найдет, как вас ощипать и кинуть. А поскольку практики у них в этом деле хоть отбавляй, то вы влетите на кругленькую сумму и останетесь без денег, зато с модным рестораном, в котором практически не будет посетителей, или убыточной заправкой.

Property management

Есть один вид услуги, предлагаемой риелторами богатым клиентам, уже купившим у них дорогую недвижимость, о которой стоит упомянуть отдельно. Это *property management* – управление недвижимостью на случай вашего отъезда или длительного отсутствия. Подразумевается, что менеджер будет присматривать за вашим жильем, чтобы все было в порядке и ничего не случилось. На деле же все может обернуться так, что вам и в страшном сне не приснится. Не советую пользоваться этой услугой.

Чем же она так опасна? Тем, что вы, например, по возвращении можете узнать, что вам грозит пожизненное заключение за хранение наркотиков. Как такое может быть, спросите вы? Да легко!

Менеджер, присматривающий за вашей недвижимостью, может совершенно спокойно в ваше отсутствие сдать ее в аренду сомнительным личностям или же сам водить туда компании и устраивать вечеринки с алкоголем, наркотиками и прочими песнями-плясками. А также он там может производить и хранить наркотики, вы же не знаете, чем занимается наемный сотрудник какой-то компании в свободное от работы время, не так ли?

Уже было несколько случаев, когда глава семьи, вернувшись из России в свою дорогую квартиру в Майами, узнавал, что на него заведено уголовное дело за хранение наркотиков, и что сама квартира подлежит конфискации. И это не шутка, так как согласно американскому законодательству, квартира, в которой производятся и хранятся наркотические вещества, может быть конфискована властями.

Что самое страшное, вы сможете доказать свою невиновность, но за огромные деньги: property manager сообщит суду, что незаконные вещества ему не принадлежат, и что он просто присматривал за вашей квартирой и понятия не имел, что вы там храните наркотики. А полиция прибыла туда сама, потому как кто-то из соседей был недоволен сильно бурной вечеринкой через стенку. И поверят ему, а не вам; и вам, а не ему предъявят обвинения в хранении и распространении наркотиков, которые могут обернуться конфискацией имущества и тюремным заключением.

Иначе говоря, решив кому-то доверить управление своей недвижимостью, вы доверяете этому человеку свое имущество, свою свободу и свою жизнь. А как показывает статистика, огромное количество таких менеджеров используют доверен-

ное имущество клиентов в своих целях, включая наживу; ведь когда менеджер сдает вашу квартиру, деньгами-то с вами он не всегда делится. А благодаря тому, что риелторы еще на этапе продажи недвижимости втираются к клиенту в доверие, то они обычно знают, когда вернется хозяин квартиры, и успевают замести все следы незаконного использования. Вам очень повезет, если управление вашей недвижимостью ограничится тем, что кто-то из друзей или подружек менеджера поспит на вашей постели и понежится в вашей джакузи. Поэтому, если не хотите лишиться жилья и свободы, воздержитесь от подобной услуги и доверяйте свой дом только проверенным людям.

Юристы и нотариусы

Нотариус в СНГ и нотариус в Америке это, как говорят в Одессе, две большие разницы. Нотариус в Америке — это человек, который просто заверяет подпись. Его деятельность сводится к тому, чтобы сверить личность по удостоверению этой самой личности и водительским правам и заверить печатью факт, что Иван Иванович такого-то числа в его присутствии подписал такую-то бумагу.

Чтобы получить лицензию нотариуса, нужно прочитать 20 страниц текста, ответить на 50 вопросов, заплатить 125 долларов и все — печать и звание нотариуса у вас в кармане. И если в СНГ нотариусы изучают массу документации, отслеживают изменения в законодательстве и проводят массу другой работы, то здесь, как вы поняли, это не так. Чем и пользуются различные мошенники, обманывают легковерных граждан, которые внимательно прислушиваются к советам таких нотариусов, полагая, что они обладают таким же объемом знаний и компетенциями, как привычные им нотариусы дома. Если кто-то из ваших близких в решении каких-либо вопросов сошлется на слова местного нотариуса, поторопитесь объяснить

ему разницу, пока человек не влип в какую-нибудь историю или не вложил деньги непонятно во что.

Сюда же следует отнести всевозможных юристов и адвокатов, часть из которых работает вообще незаконно, без лицензий и документов. Самое меньшее из зол, которое может произойти при контакте с такими ребятами, это бестолковая консультация, за которую вы «отвалите» приличные деньги. Именно поэтому выше я говорил о необходимости проверять документы и лицензии у каждого, кто хочет вам оказать какие-то услуги.

Обязательно посетите несколько юридических компаний для получения консультаций по интересующим вас вопросам, чтобы понимать, что вы располагаете действительно правдивой и исчерпывающей информацией.

История неподготовленного, обратившегося к первому попавшемуся адвокату, несчастного эмигранта. Вернее, я сказал бы так: претендента на эмиграцию, потому что этот человек до сих пор в подвешенном состоянии. При этом он прожил в стране уже 25 лет. Это очень яркий пример того, как непроверенный человек может вам навредить.

Все очень просто: наш знакомый обращается к адвокату, который обещает ему сделать «золотые горы» очень быстро и замечательно. Получив первые 50% договорных денег, которые он благополучно относит в банк, адвокат просто забывает обо всем. Все ваши дела передадут секретарше, которая по стандартным шаблонам будет заполнять ваши заявления на иммиграцию. Так поступают некоторые русскоязычные адвокаты в Америке. Поэтому найти того, который действительно будет делать свою работу, бывает сложно. Именно по этой причине вы должны пройти определенное количество адвокатов.

Возвращаемся к нашему знакомому. Наш адвокат отнес деньги в банк и благополучно забыл. Когда к нему обратился человек с просьбой посвятить его в курс дела, рассказать, как все происходит, адвокат вспоминает, но, к сожалению, именно

в тот момент, когда документы, которые он якобы послал, отправлять уже было поздно. Тут же, повесив трубку, через короткое время он снова забывает. Потом кормит какими-то обещаниями о подталкивании чего-то и где-то. Так проходят годы. В Америке, чтобы получить политическое убежище, к сожалению, всегда проходили годы. Оно не давалось на следующий день никому. Так вот, когда наши клиенты понял, что адвокат его разводит, он довольно грубо поговорил с ним по телефону. Сказал, что появится сейчас в адвокатской конторе и не оставит от нее «камня на камне».

Что после этого сделал адвокат? Он позвонил FBI. Нашего человека приняли на пороге этой конторы. Выгнать его из страны за слова, которые он сказал, наверное, могли, но ему повезло, адвокат не был настолько категоричен.

Я вполне допускаю, что в каких-то случаях вы приезжаете в страну строить бизнес и действительно хотите стать иммигрантом в этой замечательной Дикой Америке. Также допускаю, что у вас могут возникнуть какие-то разногласия с вашим адвокатом. Скорей всего, они и будут. Он может не выполнить взятые на себя обязательства и не уложиться в обещанные сроки. Но ни в коем случае не допускайте по отношению к адвокату нарушения правил этикета. Вы, называя его подлецом, даже если он заслужил, должны это делать с оглядкой и очень тихо. Но лучше избежать этой ситуации. Можно сказать, что он не оправдал ваших ожиданий и что вам ничего не остается, как его поменять и потребовать свои деньги назад. Но скажу вам сразу: зачастую вы ничего не получите. Адвокаты в этой стране получают лицензию на получение денег с населения и при этом не несут почти никакой ответственности за результат. Вы пришли, он назвал цену, и вы ему заплатили. Как только деньги из ваших рук переходят в руки вашего адвоката, у вас уже не будет никакой возможности возвратить эти деньги назад. Чувство коллегиальности не позволит вам нанять другого адвоката, который

пойдет против этого адвоката, если дело не идет на миллионы. Если это был вопрос 5–10 тысяч долларов за то, чтобы сделать с вами процедуру получения политического убежища, то забудьте об этих деньгах. Найдите адвоката, которого вы посчитаете лучшие предыдущего. Дай бог, чтоб в этом случае вам повезло. Но, пожалуйста, помните: этикет прежде всего.

По моему мнению, лучшие работать с американским адвокатом с огромным стажем работы именно в том штате, где вы подаете на иммиграцию. Этот адвокат за 10–15 лет будет знать каждого иммиграционного офицера в офисе, в который попадут ваши документы, и куда вы приедете на решающее интервью и от которого будет зависеть ваша иммиграция. При надобности используйте услуги переводчика.

Если говорить на языке цифр, вот вам простой пример. Для того чтобы открыть корпорацию, нужно всего 70 долларов и пару минут на то, чтобы вбить на соответствующем сайте ваши данные, физический и юридический адрес и произвести оплату картой. Те же самые горе-юристы запросят за такую пустяковую работу около 600 долларов, да еще и расскажут сказку, как это не просто — зарегистрировать организацию в США.

Помогайки и консьерж-сервисы

Когда речь идет об оказании помощи, людей можно разделить на два вида: помощники и помогайки. Первые помогают и подсказывают совершенно бескорыстно, и таких людей достаточно много, а помогайки — это особый сорт людей, которые настолько рады любой копеечке, что готовы вывернуться наизнанку, лишь бы «помочь» нуждающемуся и получить «на шару» пару баксов.

Как правило, это люди без определенного рода занятий, которые перебрались в США без году неделя, никакими та-

лантами не блещут, хорошей работой и отличным знанием языка похвастаться не могут, трудиться не любят, а потому и хватаются за любую возможность подзаработать на халяву хоть какую-то денежку.

История про автобус

Хотелось бы вас предостеречь от людей, которые считаются, или на самом деле являются вашими друзьями, от тех людей, на которых вы полагаетесь. То, что я хочу вам сказать, справедливо для любой другой страны, но в Америке это особенно четко прослеживается. Так вот, к сожалению, здесь полагаться нужно только на себя.

Приведу пример, который наглядно проиллюстрирует эту тенденцию. Владимир на протяжении долгого времени был знаком и поддерживал дружеские отношения с одним человеком. В какой-то момент этот приятель предложил Владимиру вложить 3 тысячи долларов в маркет, специализирующийся на торговле валютой. Он уверял, что дело это прибыльное, и он сможет приумножить эти средства, так как является дилером и свое дело знает хорошо.

Они заключили договор о том, что все расходы и доходы будут делить пополам. Это предприятие закончилось довольно плачевно, все деньги были потеряны. Такой итог был очевиден, ведь люди, которые занимаются таким видом деятельности официально, получают свои комиссионные за вход и выход с рынка. Если же они не являются брокерами, то просто стараются достать средства у других людей, при этом они ничем не рисуют. Стоит заметить, что этот товарищ не стал поступать как настоящий негодяй, поэтому он отдал Владимиру половину денег.

Полное разочарование в этом человеке Владимир испытал в тот момент своей жизни, когда он заболел, попал в больницу,

и поэтому не смог самостоятельно забрать купленный автобус, который находился в Нэшвилле. Этот транспорт предназначался для оказания туристических услуг. Сам автобус имел достаточно невысокую стоимость — 15000 долларов, но, попав в больницу, Владимир не мог самостоятельно довести до конца процедуру регистрации и проверки, да и просто пригнать авто. Он возложил эту задачу на своего друга, о котором уже ранее шла речь, попросив его оказать такую небольшую, дружескую услугу.

Выходя из больницы, Владимир узнал, что не сможет воспользоваться купленным автобусом. Ему самому пришлось ехать в Нэшвилл и разговаривать с бывшим владельцем.

Оказалось, что хозяин автобуса обанкротился, к нему прислали кредиторы и забрали всю возможную технику, в том числе и этот автобус, хотя он уже был продан и по документам числился за Владимиром. Но исправить ситуацию было невозможно, потому что процесс регистрации не был доведен до конца, ведь друг Владимира ничего для этого не сделал.

Если бы Владимир не стал рассчитывать на своего друга, то он бы, потратив 500 долларов, максимум 1000 долларов, нанял агента, который за короткий срок, четко и надежно, выполнил бы все необходимые действия. Он ответственно подошел бы к вопросу регистрации и доставки автобуса по нужному адресу. Таким образом, экономия 1000 долларов привела к потере 15000 долларов, и, собственно, самого автобуса. Стоит заметить, что друг Владимира не собирается отдавать эти денежные средства, даже не считая, что он их кому-то должен. На справедливые слова о том, что это именно по его вине регистрация не была пройдена, он ответил, что Владимир должен был сам решать эти вопросы, а у него и у самого своих дел невпроворот. И это правда, это чистая правда.

В Америке у всех свои дела, поэтому вы должны или решать свои проблемы самостоятельно, или обратиться за помощью к специалисту. Ни к родственникам, ни к друзьям, ни к знако-

мым, а именно к настоящему профессиональному, заплатив ему деньги за услугу. После подписания договора, где прописаны все условия, вносится платеж, и стороны благополучно выполняют все взятые на себя обязательства. Все другие варианты могут обернуться большими проблемами.

Помогайки с легкостью втираются в доверие, знакомясь с вновь прибывшими в русских ресторанчиках или магазинах, и люди, сами того не замечая, принимая общение с новым знакомцем за чистую монету, делятся своими бытовыми трудностями, которые всегда одолевают человека в новой стране.

А помогайка и рад стараться. У вас треснул экран на новеньком айфоне? Не проблема, у него есть «свой» парень в сервисе, который вам поставит новый всего за двести баксов. И не важно, что вам в официальном Apple Store сделали бы то же самое, только намного дешевле. Пока вы этого не знаете, помогайка с радостью вам «поможет» за комиссионные, которые ему отстегнут в сервисе. А что — пятьдесят баксов то не лишние!

И так будет в отношении всего остального. Вы плохо знаете язык и вам нужен переводчик? «О, ноу проблэм, у меня есть отличный переводчик на примете, который живет здесь сто лет и берет недорого» — скажет ваш «помощник». Заболел зуб и срочно нужно к стоматологу? Не вопрос, вас с ветерком доставят в «дружественную» стоматологию и решат вашу проблему, не спросив страховку. Хотите развлечься и плохо знакомы с достопримечательностями? И тут не беда: и отвезут, и развлекут, и комиссионные за вашей спиной отстегнут.

Поскольку многие помогайки привыкли выживать в ожидании клиента, они вам «напомогают» на несколько тысяч долларов, вне зависимости от того, надо вам это или нет. Как человек новый, вы еще пока не знаете, что вам на самом деле нужно, и требуются ли в действительности те или иные документы и хождения по инстанциям. Но вас будут водить и там, и сям до потери пульса, пока не выжмут все, что только можно.

Вы еще дешево отдастесь, если все ограничится какими-то бытовыми тратами. Куда хуже, если вам под шумок впрыт ненужные услуги адвоката, а то и якобы прибыльный проект для бизнеса, за который вы отвалите денег, как за сбитый Boeing, и от которого толку будет, как от козла молока. Но все по факту будет законно, и вы никому ничего не сможете предъявить. Этим и опасны помогайки, которые, в отличие от настоящих аферистов и мошенников, вообще ничем не рискуют.

Почему многие попадаются к ним на удочку? Все очень просто. Люди такого sorta, как правило, являются хорошими бытовыми психологами и манипуляторами; умеют «ездить по ушам», подбирать «ключики» к человеку и рассказывать убедительные сказки, которые звучат весьма правдоподобно. Человек, который только-только переехал и пребывает в некотором шоке, еще не успев освоиться и адаптироваться, становится легкой добычей для вот таких алчных деятелей.

У наших соотечественников есть весьма нехорошая привычка «делить шкуру неубитого медведя» до того, как приступить к делу. Я даже обозначил такую привычку термином «триллиард», и использовал эту цифру совсем неспроста. Не миллион, не миллиард, а именно триллиард.

Дело в том, что наши соотечественники твердо уверены в том, что для получения прибыли в миллион и миллиард долларов требуется одинаковое время. Может быть, они и правы, может в каких-то обстоятельствах это и работает. К сожалению, в Америке очень тяжело получить цифру триллиард, а тем более заставить людей работать за процент от этого триллиарда, который они получат в далеком будущем.

Некоторые предприниматели очень сильно разочаровываются, так как не могут собрать нужную им команду. Мы часто слышим, что сложно заставить других поверить в свою гениальную идею, которую человек родил за короткое время, буквально в течение перелета через Атлантический океан. И теперь этот

человек точно знает, как победить эту «дишую» Америку и заработать очень много денег.

К сожалению, американцев этими идеями не проймешь, и они хотят получить деньги за свой труд прямо сейчас, желательно каждую пятницу, поэтому я дам следующий совет: если вы действительно хотите набрать команду из талантливых, работоспособных, образованных людей, то вам придется рано или поздно им платить. Желательно платить им сразу, чтоб они не разбежались к другим людям, которые предложат им больше.

Поймите, идея про «триллиард» в этой стране не работает, даже миллион не всегда мотивирует других людей работать бесплатно.

Консьерж-сервисы могут быть представлены, как частными лицами, так и компанией. Самое важное, что следует запомнить: все консьерж-сервисы принадлежат риелторам. А потому основной задачей таких сервисов является продажа клиенту недвижимости и всевозможных услуг, начиная от таксиста и переводчика и заканчивая родильным домом для супруги бизнесмена и продажей дорогущей недвижимости на береговой линии. Хотите немного цифр? Пожалуйста: если вы ищете родильный сервис, вам его впарят не по стандартной стоимости в районе 5 000–8 000 долларов, а за 30 000–50 000 долларов. Согласитесь, разница колоссальная! А если такие наценки будут делать на каждую услугу, которая вам понадобится, можете себе представить, в какую сумму в итоге все это выльется?

В общем, главная задача консьерж-сервиса — найти богатого иммигранта, который не владеет английским и не ориентируется на местности, и сделать на нем свой бизнес. Поэтому сразу обращайте внимание на каждого, кто будет излишне любезен, услужлив и у кого будут «нужные» люди по всем вопросам, которые у вас возникнут.

А если вам понадобится тот же переводчик, загляните в любой русский магазин и попросите у девчонок на кассе

порекомендовать вам толкового человека по стоимости 15 долларов в час. Можете быть уверены, такой человек непременно найдется, и у вас будет независимый от комиссионных помощник, который ограничится выполнением своих обязанностей, а не станет доить вас как корову. Если же не хотите искать по магазинам, разместите объявление «Ищу переводчика» на Craigslist.org и выберите подходящего вам кандидата по разумной цене.

Игры в большие деньги

Как же отличить афериста любого сорта от подлинного профессионала, спросите вы? На самом деле ответ очень простой — аферист от специалиста отличается каждой сиюминутной выгоды и стремлением к халяве. Ну и, разумеется, большим арсеналом манипулятивных техник, иначе как еще им удастся вызвать у состоятельного человека чувство вины только за то, что он не готов ничего купить у афериста прямо здесь и сейчас? Чужие миллионы аферист воспринимает как вызов, и, как правило, приходит в негодование, если ему не дают ими распорядиться. А то, что он лентяй, бездарь и неудачник — это у него никакого негатива не вызывает, удивительно, правда?

И если настоящий профессионал получает истинное удовольствие от своей работы, но при этом внимательно подходит к выбору клиентов, заключает договора и четко определяет размер оплаты за свой труд (что не удивительно, ведь специалист тратит десятки лет на образование и практику), то аферист хочет ваши деньги здесь и сейчас, и готов «делать» большие скидки на услуги, которые по умолчанию не могут стоить дешево. Аферист все это делает в стремлении урвать хоть какие-то копейки. Поэтому всегда следует насторожиться, когда вам предлагают воспользоваться теми или иными услугами по крайне низкой стоимости: и деньги потеряете,

и толку не будет. Хотите получить внятный результат и сократить душевное спокойствие? Исключите любые контакты с сомнительными лицами.

Естественно, аферистами и кидалами не становятся просто так. Многие становятся таковыми от безысходности — нет талантов, нет желания учиться чему-либо, нет способностей, нет терпения, нет денег, нет еды, и вот вчерашний неудачник катится по наклонной дорожке. Разумеется, себя он оправдывает тем, что жизнь заставила, мол, не мы такие, жизнь такая.

Вот и крутится, ищет возможность на халяву получить пару тысяч долларов, запустив лапки в ваш кошелек, лишь бы хватило на еду и бензин. Нельзя сказать, что их жалко, но это несчастные люди, которые при этом считают, что им все должны и обязаны. И они не испытывают никаких мук совести, обманывая и кидая людей, даже близких.

С удивлением перечитываю эти строки и понимаю, что я ни капли не преувеличиваю. Скольких таких я знал лично, по работе и случайно. Но одна история врезалась в память особенно. Мне довелось повстречать одного риелтора, который гордился тем, что продал квартиру за миллион долларов на пике взрывных до максимума цен своему собственному состоятельному двоюродному брату из России. Мало того, что он не только не стыдился этого, наоборот, с пропущенными от страха каплями пота на лбу он переживал несколько месяцев о том, состоится сделка или же брат передумает. К слову, риелтором он стал совершенно случайно, до этого бездельничал да бомжевал, ночуя у случайных знакомых.

Другой такой же «красавец» бросил университет через две недели после поступления и стал продавать недвижимость. Параллельно при этом он посещал психиатра и проводил по судебному принуждению по несколько месяцев в году в психиатрической больнице, так как с детства был наркоманом и игроманом. Он умел врать настолько искусно и убедительно, что сам верил в то, что говорил клиентам.

Таких историй, на самом деле, вагон и маленькая тележка, и именно поэтому не стоит надеяться, что вас минует чаша сия. Таких людей много, и они, к сожалению, очень опытны, искусны и коварны, что делает их более опасными, чем маньяки, потому как на преступников они совершенно не похожи, и «нападение» на вас и ваши кошелек будет произведено столь ювелирно, что вы и ахнуть не успеете.

Практикуя и встречая самых разных людей, я пришел к пониманию необходимости рассказать более развернуто о различных аферистах и узаконенных мошенниках в США. Некоторые истории описаны в детективно-приключенческом жанре. Эта книга основана на реальных событиях и создавалась при непосредственном участии экспертов из силовых структур США федерального уровня.

Возвращаясь к «деятельности» горе-риелторов, аферистов и уровню их профессионализма, стоит упомянуть тех, кого они облапошили, для того чтобы вы представляли реальные масштабы проблемы. Итак, среди пострадавших: бывший директор спецслужбы одной из стран СНГ, бывший министр внутренних дел одной из республик, бывший прокурор по особо важным делам России, несколько криминальных авторитетов из России и Украины, жена бывшего мэра Киева, известные спортсмены и артисты эстрады — и этот список можно продолжать бесконечно.

Они все потеряли крупные суммы, покупая недвижимость на самом пике цен, умело подгоняемые убедительным красноречием местных деятелей. Хотите цифр? Пожалуйста: в некоторых случаях цена одной сделки превышала 50 миллионов долларов — можете себе представить? А один умелец сумел «впарить» сразу восемь квартир, каждая по 5 миллионов, и это в доме, который даже не был достроен!

Бывший директор спецслужбы вместе с семьей застрял с пакетом недвижимости ценой в 22 миллиона. Через два года после покупки эта недвижимость оценивалась на рынке в 5 миллионов,

а ее ежемесячное содержание обходилось в 50 тысяч долларов. Вспоминаю, как этот человек, который в жизни повидал всякое и был не из тех, кого легко облапошить, опомнившись, бегал по адвокатам в попытке как-то исправить эту ситуацию и вернуть деньги, а по вечерам, напиваясь в русском ресторане, проклинал Америку и готовил планы «жестокой мести» скользкому риелтору.

Последний же, к слову сказать, вообще ни о чем не волновался и не переживал: у него не было миллиарда долларов, не было миллиона долларов, не было вообще ничего, о чем можно волноваться, кроме невыплаченной ипотеки и просрочки по автокредиту. Он был никто и звали его никак — рядовой иммигрант с временной грин-картой. Однако, обманув нашего клиента, он через короткое время окучивал очередного «лоха» из России, угождая того шашлыками в американском парке. При этом он ничего не боялся: ни суда, ни последствий, потому как в Америке ему ничего не грозило.

Разумеется, влиятельные и состоятельные люди, которые попали на удочку мошенников, не рассказывают о своем «проколе» всем подряд, но и не оставляют такие дела безнаказанными: они обращаются за квалифицированной помощью в престижные адвокатские фирмы, в которых работают высококлассные частные детективы, сотрудничающие с федеральными силовыми структурами США.

Однако в большинстве случаев вернуть свои капиталы им не удается, так как с точки зрения закона, комар носа не подточит: мошенники знают все нюансы и дырки законодательства и формально им ничего предъявить не могут. В итоге пострадавший выясняет, что, мол, он сам виноват: нечего уши развешивать, сам купился, сам и расхлебывай. А в делах, где речь идет об огромных суммах, сюжет и вовсе принимает неожиданный оборот.

Как показывает практика, власти США только в редких случаях арестовывают регулярных преступников, вне зависимости

от того, являются они мошенниками по факту или нет. Всех сажать слишком дорого, да и тюремы не резиновые. Поэтому власти идут другим путем: попросту занимаются сбором ценной информации о преступных группировках, особенно ОПГ, особенно тех, где ключевыми фигурами являются известные выходцы из стран СНГ. Делается это с помощью конфиденциальных осведомителей, или, как более привычно, стукачей и доносчиков, которые при общении с вами представляются кем? Правильно, риелторами.

Это они, эти «бравые» ребята вторгаются в вашу жизнь и имеют наглость советовать вам, как правильно распорядиться вашими же капиталами. Это они внимательно изучают и запоминают любую информацию, связанную с источником ваших доходов, прежних или прошлых, а также все-все-все, что им удалось о вас узнать — любимые блюда, предпочтения, привычки и прочие мелочи.

Почему им важно знать о вас все? Чтобы быстрее и проще развести вас на деньги, прикинувшись чутким и полезным другом, который готов помочь в любую минуту? Да, но еще и для того, чтобы при случае «сдать» вас представителям власти, которые вменили им эту обязанность, позволив разгуливать на свободе.

Согласно криминальной статистике, многие из тех самых улыбчивых риелторов в свое время были арестованы по подозрению в разного рода мошенничестве, включая уклонение от уплаты налогов и фальсификацию документов с целью получения ипотеки на ложных основаниях. Также многим инкриминировали и другие деяния, не связанные с рынком недвижимости. Но так как почти все арестованные согласились сотрудничать со следствием, теперь они с чувством выполненного долга «стучат» и регулярно сливают любую информацию о своих клиентах.

Именно поэтому многие махровые закоренелые обманщики и кидалы не сидят в тюрьме, а прогуливаются спокойно по улицам.

цам, так как на них возложена «почетная обязанность» выступать связующим звеном между новоиспеченными иммигрантами и отделом по ОПГ (федеральным отделом по изучению и расследованию организованных преступных группировок). В общем, не ведитесь на сладкие речи да халавные шашлыки на природе; случайно скажете что-то лишнее, а потом греха не оберетесь.

Естественно, в правоохранительных органах США, особенно на федеральном уровне, сидят не идиоты, а потому, даже если вы и попадете в их списки и зону интереса, потрапившись накануне с риелтором на шашлычках, волноваться пока не о чем. В США в принципе собирают информацию обо всех и обо всем. А вот за решетку попадают только единицы, и, в основном, только после многолетних расследований, имея на руках подтвержденную информацию от федералов.

А поскольку большинству полицейских любого уровня не чуждо ничто человеческое, и они зачастую с нескрываемым презрением относятся к стукачам и осведомителям, то и их «писульки» читают не всегда внимательно, особенно если «не пахнет жареным» и причин для подозрений нет. Ваш «друг» риелтор в надежде заработать баллы, может писать на вас ежемесячно различные доносы, но если вы объективно ничего не нарушаете, то и причин для беспокойства нет никаких.

Итак, я рассказал вам о самых хитовых и популярных способах «развести» клиентов на деньги и привел в пример несколько особо показательных историй, и я надеюсь, что эта информация будет полезна для вас и вашей семьи. В любом случае, будьте внимательны и избирательны в выборе новых знакомых; кто знает, какие еще способы наживы придумают местные умельцы, которые еще нигде не упомянуты.

Проекты EB-5 и региональные центры

Полагаю, если вы уже общались с кем-то из иммиграционных консультантов, то уже слышали о визе EB-5. Как правило, всех, кто затевает бизнес-иммиграцию в США, начинают склонять к получению визы инвестора посредством участия в проектах EB-5 в том или ином региональном центре.

На большинстве иммиграционных сайтов получение визы инвестора преподносится чуть ли не как главная «стопудовая» возможность иммигрировать в Америку и сходу получить грин-карту. Если вы еще лично с этим не столкнулись, то у вас еще все впереди, поэтому вам будет полезна объективная и честная информация об этом способе иммиграции.

Если говорить коротко и по существу, то, выбрав визу инвестора, вы, по сути, просто получите возможность за 550 тысяч долларов купить грин-карту. Если вы готовы выбросить такие деньги, из которых, напомним, 25–50 тысяч — это комиссионные агента, который вас за ручку приведет в региональный центр, то, как говорится, флаг в руки. Если же вы привыкли распоряжаться собственными средствами более разумно, тогда примите во внимание следующие сведения.

Как правило, региональные центры предлагают инвестировать средства в развитие того или иного проекта, однако это чревато тем, что вы никаких дивидендов с этих инвестиций, скорее всего, не увидите. Несмотря на то, что цель любых инвестиций — получение прибыли и развитие проекта, сами по себе предлагаемые проекты связаны в основном с бедными неблагополучными регионами, в развитие которых нет никакого смысла инвестировать хоть что-нибудь. Более того, никто в принципе не гарантирует, что вы как инвестор что-нибудь получите от таких вливаний.

Если всего пару лет назад подобных инвестиционных проектов было от силы полторы сотни, то сейчас их уже несколько

тысяч. Это связано с тем, что появляется все больше и больше желающих получить доступ к чужим деньгам и тупо на этом заработать; да-да, если вы вложите полмиллиона долларов, на этом непременно заработает адвокат, агент и сотрудники регионального центра, то есть все, кроме вас. Да, все будет сделано на законных основаниях, но по сути — это покупка грин-карты без гарантии, и относиться к этому нужно именно как к лохотрону, где изредка некоторым удается выиграть, разве что по чистой случайности.

Тем не менее, если вы все-таки всерьез рассматриваете участие в EB-5 проекте как способе иммиграции, тогда постарайтесь принять участие в тех проектах, где люди уже извлекли какую-то прибыль от своих инвестиций, получили грин-карты и могут рекомендовать этот проект и центр как проверенные. Сложность в том, чтобы найти такие проекты и такие центры, так как в последнее время они плодятся как грибы после дождя.

При выборе проекта нужно понимать, что согласно правилам должно быть создано не менее десяти рабочих мест за два года под каждого инвестора. То есть если в проекте принимают участие двадцать инвесторов, то он подразумевает создание 200 рабочих мест. Причем, эти рабочие места подразделяются на прямые и косвенные. И в проектной документации должно быть четко указано, что будет создано такое-то количество мест, по таким-то специализациям, на такой-то срок.

Но при этом держим в уме, что подобные проекты ориентированы преимущественно на нищенские районы. Следовательно, даже если вы совместно решите построить гостиницу или аквапарк, встает вопрос, как организовать поток клиентов в эти непривлекательные регионы и тем самым обеспечить двести человек постоянной работой? В общем, имеем дело с очень сложной задачкой, где слишком много неизвестных, а правильного ответа не существует.

Чем занимаются наши бизнесмены, эмигрировав в США

Первое, что вы должны понимать — у каждого в этой стране, в Америке, есть свое место, где ему будет выгоднее и продуктивнее работать. Существует две эффективных стратегии.

Первая стратегия. Наши соотечественники могут влиться в общество Америки. Выполнить это очень сложно для людей, которые находятся в пожилом возрасте, они жертвуют своим будущим и комфортом ради детей. Такие соотечественники перевозят свою семью и делают так, чтобы следующее, молодое поколение жило в более комфортной атмосфере и более стабильной стране. Поэтому эти люди занимаются в основном малым бизнесом, и очень часто обслуживают русскоязычную диаспору или свою диаспору на территории США. Это может быть узбекская, казахская, грузинская и т.д.

Одним из самых распространенных вариантов может быть открытие русского магазина, где для ведения такого бизнеса вам не нужно знать язык, потому что и клиенты, и поставщики работают и общаются с вами на вашем родном языке. Это один из самых комфортных вариантов. Также наши иммигранты занимаются открытием ресторанов, кафе, пельменных, закусочных. В основном это происходит в больших мегаполисах, где есть уже свои центры диаспоры. Это, кстати, позволяет за не очень большие деньги в течение первого года открыть бизнес и начать уже зарабатывать, не особо затрудняясь в понимании того, как работает здесь система вообще. То есть, вы создаете себе родину на территории США, это не плохо, и не хорошо. Просто многим удобно это делать.

Еще один очень распространенный вариант — работа в системе логистики. В этом случае человек выходит на американский рынок и занимается, например, грузоперевозками

на фурах по Америке. В эту индустрию не сложно попасть. Все, что нужно сделать — получить водительские права и купить себе фуру. Здесь тоже особого общения на английском языке не требуется и можно получать неплохие заработки.

Кстати, для водителей фур, чтобы вы понимали, это очень хорошее направление, потому что в большинстве случаев, насколько я знаю, они зарабатывают от 2000 долларов в неделю. Для нового иммигранта, который недавно переехал, это очень хорошие деньги, потому что, не зная языка, можно пойти еще разве что обычным продавцом в русский магазин и получать максимум 12 долларов в час. То есть это один из очень выгодных вариантов становления в Америке.

Еще очень распространенное направление — продажа недвижимости или строительство, опять-таки, для своей диаспоры. Например, в США бомонд иммиграции занимается продажей самых дорогих объектов недвижимости для наших богатых иммигрантов. Кто-то занимается дешевой недвижимостью, а кто-то дорогой, но все это сводится к обслуживанию нашей диаспоры. Здесь человек, который понимает в недвижимости и имеет опыт, может зарабатывать больше 100000 долларов в год, что для Америки является очень хорошей заработной платой.

Вторая стратегия. Работа на американском рынке со всей Америкой без специализации на определенном рынке или диаспоре. Это может быть создание любого малого и среднего бизнесов, который может обслуживать абсолютно любое население Америки. Для того, чтобы это осуществить, человек должен владеть хотя бы минимальным опытом в этой сфере деятельности, а также знать систему управления бизнесами в Америке. Очень важной частью будет понимание менталитета, а также знание языка. На этом рынке у вас будет большая конкуренция, но и вы не лимитируете себя численностью населения вашей диаспоры. В большинстве случаев это намного выгоднее, потому что в Америке живет более 330 млн человек

и они все потенциально ваши клиенты. Я настоятельно рекомендую вам выходить как можно быстрее на рынок работы с местным населением и не ограничиваться ведением бизнеса исключительно для своей диаспоры.

Еще одно из очень интересных направлений, которое появилось за последние десять лет. Я настоятельно рекомендую обратить на этот бизнес ваше внимание — это информационный бизнес. Там вы продаете свои знания.

Например, у меня в свое время скопилось определенное количество информации по сфере логистики. Я это все оцифровал и сделал курс для начинающих дальнобойщиков, диспетчеров и брокеров. Отныне любой человек в любой части Америки мог приобрести мой курс на английском языке. Также у меня был переведенный курс на русском языке. Человек мог обучиться всего лишь за несколько сотен долларов, не выходя из своей квартиры или своего дома. Некоторые обучались этому, находясь в своей фуре, потому что они хотели получить информацию для развития своего бизнеса. Вся прелесть инфопродукта заключается в том, что там нет затратного производства.

Вы производите этот курс всего лишь один раз и потом единственными ваши затраты — это обслуживание онлайн-платформы и реклама. Реклама — это самая большая затрата в вашем бизнесе. Один из наших клиентов, например, решил создать инфопродукт и начать продавать свои знания по ведению бизнеса удаленно. На консультации с нашей консалтинговой компанией мы объяснили ему эту систему и то, как работает инфопродукт и онлайн-бизнес. Это ему помогло найти те знания, которые являются на самом деле очень ценным продуктом. Сейчас огромный рынок людей, которые готовятся к иммиграции или уже переехали, и владеют своим бизнесом или частью своего бизнеса на родине, и этот человек их обучает. То есть, он перепродаёт систему, которую ему пришлось создать для себя в тот момент, когда он иммигрировал в Америку.

Я основал Американскую Академию Гипноза, где обучаю всех желающих гипнотерапии и другим эффективным техникам альтернативной медицины. Обучение проходит исключительно в онлайн-формате. Все тренинги продаются в формате записи, вебинаров и онлайн-проработок, что существенно снижает затраты, которые имелись ранее. Для того чтобы пройти курс, человеку нужно было тратить деньги на перелет, на проживание и на сам тренинг. Сейчас на это не затрачивают средства ни преподаватель, ни ученик. Тем самым расходы на организацию тренингов значительно понижены, а прибыль компании с каждого ученика остается, в принципе, такой же, как она была и раньше. Рекомендую всем читателям моей книги задуматься над тем, какими знаниями вы располагаете и чем бы вы хотели поделиться со своими соотечественниками.

Приведу еще пример. Как-то я помогал знаменитому американскому стилисту-колористу, который под моим руководством открывал Академию колористики. Этот бизнес тоже онлайн, где люди могут обучаться и подготовиться к иммиграции в Америку и сделать так, чтобы на ее территории они не платили за свое обучение около 15 000 долларов. Пройдя этот тренинг, они экономят большое количество денег, около 10 000 долларов. Здесь им остается только сдать тест. Все те часы, которые они проводили в обучении, засчитываются им в пользу получения местной лицензии. Чтобы вы понимали, получить американскую лицензию косметолога, которая охватывает и косметологию, и стилистику, и массаж, занимает больше года обучения и стоит 15 000 долларов. То есть эта женщина сейчас продает свои знания о том, как это сделать быстрее и как начать зарабатывать уже через несколько месяцев после иммиграции в США.

Если вас это заинтересовало, то вам надо изучить именно инфомаркетинг и создание инфопродуктов. Теперь есть технологии, которые позволяют это делать. Это очень выгодное

направление в данный момент. А я, в свою очередь, расскажу вам детальнее об инфобизнесе немного позже.

Важные советы и детали

Важен ли возраст для эмиграции? На самом деле ничего не важно. Есть мнение, что миграционные службы предвзято относятся к людям преклонного возраста, так как они не будут полезны стране. Но на вас всегда будут косо смотреть: либо ваш возраст не понравится, либо ваш характер, либо вы вообще столкнетесь с офицером, который будет вас интервьюировать и ему может не понравиться просто ваш взгляд. Поэтому не обращайте внимания ни на кого, а делайте то, что хотите и двигайтесь в том направлении, которое для вас является самым привлекательным. Не ограничивайте себя одной страной. Мир огромный, и для каждого есть свое место в нем, есть своя страна, просто нужно искать и найти.

Как въехать в США? Сейчас трудно въехать как по студенческой визе, так и по трудовой. Но «стучите и вам откроют». В любом случае можно придумать выход из затруднительного положения. Соединенные Штаты — это самая простая страна для эмиграции на данный момент, главное, чтобы у вас было желание здесь жить. Кроме того, вы должны осознавать важность и рациональность каждого своего действия. Америка перестает быть той страной, где ты можешь приехать и разбогатеть. Поэтому нужно взвешивать каждый свой шаг и понимать, что ты делаешь и зачем ты это делаешь.

Эмигрируя, вы поднимаете свой уровень. Когда вы едете в новую, неважно в какую, страну, всегда найдите себе дополнительное направление бизнеса или новую сферу деятельности.

Знаниями в этом виде деятельности вы сможете воспользоваться на первых порах, пока подтяните язык, выберете место работы и т.д.

Когда вы устраиваетесь на работу, старайтесь арендовать жилье (комнату) поближе к месту работы, этим вы сэкономите на транспорте. Если вы приехали в туристическом статусе, то в первую очередь вам надо поменять статус.

Имейте в виду, что адвокаты в США, как правило, не будут вам готовить документы, они предоставят лишь самую необходимую информацию.

С какого города лучше начинать свое пребывание в Соединенных Штатах? Все будет зависеть от вашей профессии, то есть нужно исходить не из того, что вам нравится, а где вы будете востребованы и получите достойную оплату своего труда. Надеюсь, мои рекомендации помогут вам принять правильное решение.

Глава 4. Бизнес в США

Сейчас в интернете имеется масса информации о бизнес-иммиграции в США. Я согласен, информации действительно много, любой, но вот может ли она быть полезной для вас в практическом плане — большой вопрос.

Я постарался создать для вас пусть небольшую, но вполне практичную инструкцию по бизнес-иммиграции в Соединенные Штаты Америки. Инструкцию, которая существенно выходит за рамки того, что вы обычно встречаете на сайтах консультантов и иммиграционных адвокатов. Здесь я собрал только самую важную и актуальную информацию, которая пригодится каждому, кто решил отправиться в Америку в качестве бизнес-иммигранта с большими планами и надеждами.

Надеюсь, что эта книга поможет вам сэкономить ощутимые деньги уже на самых первых ваших шагах в США как человека, желающего заняться бизнесом. Поможет не попасться на удочку всевозможным мошенникам, правильно подобрать бизнес-консультанта и инвестора, разобраться, как стать успешным бизнесменом именно в Америке. Из этой главы вы узнаете, какие виды бизнеса и почему могут стать по-настоящему привлекательными, по каким правилам ведется бизнес в США, как начать свое дело и остаться на плаву и многое другое.

Чем привлекательна Америка для бизнес-иммигрантов?

Как бы Задорнов когда-то ни высмеивал американцев, сколько бы ура-патриоты ни выливали грязи на «загнивающую Пиндосию» на популярных форумах, сколько бы Белый дом ни изобретал санкций, любой здравомыслящий бизнесмен понимает: эмоции эмоциями, а США — это не только самый крупный рынок во всем мире, но и самый безопасный.

Что ни говори, но Соединенные Штаты представляют собой весьма лакомый кусок для ведения бизнеса, особенно если вы действительно стремитесь заработать, а не использовать открытие компании как ширму и возможность для получения гражданства. Есть и еще одна вещь, которая для нашего человека может показаться странной до невозможности: вы можете зарабатывать в Америке хорошие деньги честным трудом. Да-да, вы не ослышались — честным трудом. И при этом не отстегивать «нужным» людям порой немалые суммы и не трястись в ожидании внеплановых проверок различных сомнительных организаций.

Я уже говорил о том, что американская правовая система абсолютно прозрачна, уровень коррупции крайне низкий, а наказания за нее вполне ощутимые, а не смехотворные, как в России или других странах СНГ. Слова «государственная поддержка бизнеса» здесь носят не номинальный, а реальный характер; и даже будучи владельцем малого бизнеса, вы можете рассчитывать на помощь и содействие. А огромный разносторонний внутренний рынок и положительное отношение общества к различным формам самостоятельной деятельности позволяют не просто отлично зарабатывать, но и получать настоящее удовольствие от ведения бизнеса, не превращаясь в кандидата на преждевременный инфаркт или загнанную

лошадь, которой понукают все, кому не лень, начиная от чиновников с их бюрократией и фокусами на ниве законодательства, и заканчивая взяточниками и халявщиками всех мастей.

Разумеется, само по себе ведение бизнеса в любом случае связано с определенными сложностями и рисками, и это понимает каждый бизнесмен. Но одно дело трудности, так сказать, естественного характера — конкурентная борьба, качественная реклама, предложение действительно актуальных товаров и услуг, и совсем другое — трудности, которые создаются искусственно и которые сопряжены с личной безопасностью владельца бизнеса и с безопасностью его дела.

Думаю, ни для кого не секрет, что ведение бизнеса в России, Беларуси, Казахстане или Украине можно сравнить с игрой в рулетку. Зачастую даже не имеет смысла готовить развернутые бизнес-планы, потому как нет никаких четких представлений о том, что ждет страну в экономическом и политическом плане, и о том, как это может повлиять на ход вашего бизнеса. Согласитесь, достаточно сложно строить внятные финансовые прогнозы и производственные планы, если в любой момент в отношении страны могут быть применены или усилены санкции, наступит внеплановый кризис или даже война, а потенциальные клиенты, вместо того чтобы покупать ваши товары и услуги, массово скапуют бытовую технику и айфоны, опасаясь, что рубль упадет ниже плинтуса и будет пригоден разве что для растопки печи.

Но мало того что практически любой бизнес в странах СНГ находится под угрозой, так еще и сами владельцы зачастую не чувствуют себя в безопасности даже под присмотром отряда охраны и в окружении трехметровых заборов. Как ни крути, но в плане безопасности личности наша Родина недалеко ушла от 90-х. Даже если у вас масса влиятельных друзей, авторитетных знакомств и «нужных» связей, вы все равно далеко не всегда можете чувствовать себя в безопасности; друзей при желании могут подвинуть, одних авторитетных лиц легким движением

руки сменить на других, а бизнес «отжать» в пользу государства, назвав это национализацией или другим громким словом.

Все, на что вы фактически можете рассчитывать по части обеспечения собственной безопасности — это те свободные средства, которыми вы располагаете и та собственность, которую в любой момент вы можете продать, отдать как залог под обеспечение кредита или реализовать другим удобным для вас способом.

Совсем другое дело — вести бизнес в Америке. Здесь будут меняться президенты, партии и общая политическая обстановка, но на безопасности бизнеса и его владельца это никак не отразится. В США можно спокойно вести дела, богатеть и не опасаться прессинга или коррупции со стороны чиновников: если вы действуете в рамках законодательства, ничего не нарушаете и не создаете никаких проблем, ваша деловая и частная жизнь находится в полной безопасности.

Итак, какие же возможности вы получите, став бизнес-иммигрантом в США:

- Возможность создать и развить собственный бизнес в условиях экономически привлекательного и объемного рынка.
- Минимизировать налоги на законных основаниях и избежать двойного налогообложения.
- Жить и работать в любом штате США.
- Получить многолетние визы, а в последующем гражданство для всех членов вашей семьи.
- Возможность получать кредиты в американских банках, приобретать недвижимость и т.д.
- Рассчитывать на таможенные льготы при ввозе имущества филиала компании, такого как мебель, оргтехника, автомобиль и пр.

Согласитесь, это очень даже привлекательно! Тогда перейдем к разделу, в котором детально рассмотрим, что же нужно для получения визы бизнес-иммигранта и какие требования необходимо соблюсти для оперативного рассмотрения заявления.

Бизнес-иммиграция по визе L-1: что вам нужно об этом знать

Несмотря на то, что для переезда в США существует огромное количество видов виз, для желающих иметь свой доходный бизнес лучше всего ориентироваться на получение визы L-1. Она идеально подходит именно для бизнес-иммиграции, на нее нет ограничения по количеству предоставляемых мест, и она не связана с такими финансовыми рисками, как виза инвестора EB-5. Поэтому давайте рассмотрим визу L-1: что она собой представляет, процедуру и сроки получения.

Что представляет собой виза L-1?

Виза L-1 — это так называемая виза бизнесмена, она оптимально подходит тем, у кого уже есть бизнес на родине. Будучи владельцем компании, вы можете претендовать на визу L-1 для того, чтобы открыть в США филиал своего предприятия и собственно приступить на месте к управлению филиалом. Изначально виза L-1 выдается на один год, однако это не должно вас смущать. Если за этот период ваша компания будет активно работать и развиваться, вы с легкостью можете продлить свою бизнес-визу еще на три года. Основной плюс такой визы, ради чего все и затевается, — это основание для ходатайства на получение вида на жительство.

Впрочем, есть способ сделать все еще проще и быстрее: достаточно купить действующий бизнес в Америке и сразу,

без прохождения испытательного срока, получить L-1 на три года. Самое главное — это купить правильный бизнес. Поэтому дальше я расскажу, каким образом переселенцам «впаривают» различное «барахло» за миллионы долларов под видом действующих и прибыльных бизнесов, и вы поймете, как не попасться на такие удочки.

Я снова повторюсь: не хватайтесь за первое попавшееся предложение, каким бы привлекательным и интересным оно вам ни казалось. Сразу после вашего переезда, а то и в процессе подготовки документов, всевозможные продавцы недвижимости и прочие иммиграционные консультанты будут предлагать вам различные бизнес-проекты, и вы с вероятностью 99% купите бизнес, который работает только на бумаге, и о прибыли придется только мечтать. Если не хотите терять деньги, причем немалые, твердо воздержитесь от подобных сомнительных предложений, какие бы сказки вам ни рассказывали. Также советую на первое время воздержаться от участия в EB-5 проектах, которые подразумевают инвестирование в различные региональные центры. В интернете растиражирована информация о привлекательности и простоте получения визы инвестора, да только овчинка в большинстве случаев выделки не стоит, особенно за те суммы, которые предлагается вложить в развитие экономически непривлекательных регионов. Вы можете убедиться в этом сами: зайдите по ссылке http://www.sec.gov/investor/alerts/ia_immigrant.htm на федеральный сайт The U. S. Securities Exchange Commission's Office, где четко описываются все возможные варианты того, как вас могут кинуть на EB-5 проекте.

Возвращаясь к получению визы бизнесмена, важно понимать, что для получения бизнес-визы должны быть соблюдены три условия:

1. Американский и бизнес на родине должны быть взаимосвязаны.

2. Вы должны быть собственником или иметь руководящую должность в бизнесе на родине.
3. У вас должно быть рабочее место сразу по приезду в Соединенные Штаты.

Впрочем, не так страшен черт, как его малютят: связующим звеном между бизнесом на родине и в США выступаете вы, как владелец обеих компаний, даже если они функционируют в разных сферах деятельности. Что касается последних двух условий, здесь все просто. И на родине, и в США у вас есть рабочие места, созданные вами же, как владельцем компаний: например, в Соединенных Штатах вас будет ждать рабочее место руководителя вашего же филиала.

Однако имейте в виду, что сам факт открытия филиала в Америке еще не дает оснований для ходатайства о приеме на работу иностранных директоров и получении рабочей визы. Компания должна подтвердить, что она является не фиктивной, и что целью ее открытия является фактическое ведение бизнеса в США с целью получения прибыли; иначе, зачем же еще затевать бизнес? И здесь мы логически переходим к пункту о том, каким же образом подтвердить такую готовность.

Что нужно для оформления визы L-1?

Как известно, в каждой сфере бизнеса есть свои особенности и способы взаимодействия с клиентами, подрядчиками, поставщиками и так далее. Однако в США есть ряд обязательных требований, без которых новая компания не может претендовать на получение бизнес-визы. К обязательным атрибутам относят наличие офиса, телефона и фактически работающих сотрудников, являющихся гражданами или резидентами США.

Кроме того, вам необходимо иметь внятный бизнес-план и все необходимые средства на его реализацию. Итак, что касается офиса: во-первых, его необходимо арендовать в том же штате, где зарегистрирована компания. Во-вторых, само помещение должно располагаться в бизнес-центре или любой другой коммерческой зоне — в жилой квартире офис размещать нельзя. В-третьих, это должна быть не какая-то замшелая каморка; офис должен размещаться на соответствующей деятельности площади и иметь соответствующую обстановку, чтобы, извините за тавтологию, соответствовать требованиям, которые определяют иммиграционные службы в отношении офисных помещений. Иначе говоря, вы не можете снять комнату, поставить в ней стол, стул и ноутбук и назвать это офисом. В помещении должно быть предусмотрено пространство, выделенное для работы сотрудников компании.

После переезда вы сможете подобрать что-то другое, самое главное, чтобы иммиграционная служба убедилась в том, что договор аренды коммерческого помещения у вас в наличии. А также телефон, который необходимо оформить и зарегистрировать в справочнике компаний а-ля «Желтые страницы».

Теперь перейдем к пункту о фактической деятельности новой компании. Для того, чтобы претендовать на получение бизнес-визы, ваша американская фирма должна вести бизнес и активно проявлять себя на рынке. На деле это проявляется в том, что у вас должны быть визитки, фирменные бланки, сайт в интернете, различные рекламные материалы и другая продукция, способствующая продвижению компании на рынке.

Еще один важнейший пункт — это сотрудники. Вы должны создать несколько рабочих мест; без этого иммиграционная служба не станет рассматривать ваше ходатайство и не выдаст визу бизнесмена.

Ключевой критерий, на который опираются службы им-

миграции при рассмотрении ходатайств — это бизнес-план по развитию компании. Причем филькина грамота на два листочка с общими фразами не подойдет. Вы должны предоставить взятный проект, в котором будут отражены аналитические данные, стратегия развития, финансовые прогнозы и прочие параметры. Здесь снова напомню, что не стоит покупать первые попавшиеся бизнес-планы с интернета. Во-первых, их придется реализовывать. Во-вторых, вы, не будучи в курсе всех юридических и экономических аспектов ведения бизнеса в США, вряд ли сможете оценить адекватность и объективность представленных на продажу проектов. Как всегда, рекомендуем обратиться к специалистам, которые разработают для вас грамотный и реалистичный бизнес-проект.

От бизнес-плана плавно переходим к финансам на его реализацию: новая компания должна предоставить доказательства того, что она располагает средствами на ведение бизнеса в США. Таким доказательством может стать как счет в американском банке с соответствующей суммой денег, так и счета основной компании, находящейся на родине.

Законодательство США официально не устанавливает минимальный размер капитала, необходимого для вложения в новую компанию. Но в любом случае предполагаемых инвестиций должно быть достаточно для обеспечения качественной и продуктивной работы компании в выбранной отрасли. И здесь следует понимать, что для открытия гламурного ресторана на береговой линии в Майами вам потребуется куда больше средств, чем, скажем, для открытия компании по предоставлению консультаций в сфере маркетинга и рекламы.

После того, как все требования соблюdenы, иммиграционная служба предоставляет новой компании испытательный срок, в течение которого необходимо заниматься развитием компании и достижением результатов.

Процедура получения визы L-1

Итак, со всем необходимым для регистрации новой компании мы разобрались, теперь давайте посмотрим на саму процедуру получения бизнес-визы. Получение визы L-1 происходит в два этапа.

Сначала ваш адвокат подает заявление от вашего лица в иммиграционную службу США на предоставление вам статуса L-1. А затем, если оно было удовлетворено в иммиграционной службе, вы, в свою очередь, подаете заявление в консульство США на получение визы L-1. И только в таком порядке.

А теперь давайте рассмотрим эти этапы в деталях.

Что касается подготовки и заполнения анкеты для иммиграционной службы США на получение визы L-1, тут все просто. Подобное заявление может заполнить любое иностранное предприятие или частное лицо; более того, это же предприятие может выступить в качестве спонсора, если оно уже приобрело действующий бизнес в США или открыло новый. Разумеется, всеми вопросами документального характера занимается адвокат, который специализируется в данной сфере и знает все нюансы.

Заявление в иммиграционную службу отправляется при помощи обычной почты и не требует от вас прохождения собеседований, общения по телефону и пр. Если у сотрудника иммиграционной службы будет потребность в дополнительных документах, все общение с вами будет также поддерживаться в письменной форме, через почту. После того, как в иммиграционной службе будут рассмотрены все документы и сотрудники убедятся, что все требования к офису, продвижению и прочему, соблюdenы, вы получите бизнес-визу сроком на один год.

Незадолго до истечения этого срока ваш адвокат должен будет подать заявление о продлении статуса L-1. Постарай-

тесь не затягивать и не откладывать решение такого важного вопроса на последний день.

Бюрократические проволочки не чужды ни одной стране мира, а потому о продлении стоит побеспокоиться заранее. Тем более, что для продления достаточно предоставить факты о том, что компания ведет успешную деятельность, к ней обращаются клиенты и она получает прибыль. Новые бизнес-планы предоставлять не обязательно, решение будет приниматься на основе ранее утвержденного проекта. Обратите внимание: если ваша компания имеет небольшой оборот и пока не приносит прибыли, от вас потребуют подтверждения, что вы располагаете средствами для дальнейшего развития компании. Как правило, продлевать статус L-1 можно несколько раз: каждый раз на 2 года, но не более 7 лет в общей сложности. Поэтому, если вам нужен вид на жительство, позаботьтесь о том, чтобы успеть его получить в течение этого срока, тем более, что компания может выступать в качестве спонсора в вашу пользу.

Сроки оформления бизнес-визы

Рассмотрение ходатайства на получение данного вида визы по форме I-129 занимает от двух до четырех месяцев. Впрочем, иммиграционным службам не чуждо ничто человеческое, а потому дополнительная пошлина, около двух тысяч долларов, способна существенно ускорить этот процесс на законных основаниях, сократив его до двух недель.

В случае принятия положительного решения о получении бизнес-визы, заявителю необходимо обратиться в посольство США по месту жительства для получения собственно самой визы. Если же вы уже находитесь в Америке по гостевой или какой-либо другой визе, то ее статус можно поменять на территории США, как говорится, не отходя от кассы. В этом случае вы

можете сразу рассчитывать на получение номера социального страхования и приступать к официальной работе.

Номер социального страхования США / SSN (Social Security Number) используется в США повсеместно. Резиденты и граждане США имеют право на получение карты с номером социального страхования США – SSN (Social Security Number).

Она используется Правительством США для отслеживания ваших заработков и пособий. А также может запрашиваться некоторыми учреждениями как форма идентификации вашей личности. Например, ваш SSN могут спросить в банке при открытии счета, риелтором при съеме или покупке жилья, нанимателем при устройстве на работу и т.д.

Многих мошенников, «работавших» в русском квадрате и обобравших неудачливых инвесторов, уже посадили. Однако желающих обманывать приезжих не убавляется. У нас «на районе» орудует несколько русскоязычных «экспертов», в отношении которых заведены судебные дела и которых не сегодня-завтра депортируют. Тем не менее, им по-прежнему удается одурачивать людей, которые полагаются на их несуществующий профессиональный опыт и отдают им деньги, рассчитывая на их помощь. Как вы думаете, что получится в итоге?

В настоящее время соответствующие службы ведут наблюдение за несколькими деяниями, которые предлагают услуги по иммиграции под видом адвокатов и прочих экспертов; все они не только работают без лицензий, но и занимаются аферами в сфере недвижимости, грузоперевозок и пр. Они пока находятся на свободе, и кто знает, сколько еще людей попадется к ним на удочку.

Поэтому, любого, кто предлагает вам те или иные услуги или позиционирует себя как эксперта в какой-либо отрасли на американском рынке, нужно попросить предъявить следующие документы:

1. Американский паспорт. Временная грин-карта и номер социального счета ничего не значат и как документы не рассматриваются.
2. Лицензию на деятельность. Перепроверить можно на сайтах:
 - для адвокатов: <http://www.floridabar.org/>
 - для риелторов: <https://www.myfloridalicense.com/>

Примечание: если человек говорит, что он нотариус, имейте в виду: нотариус в Америке – НИКТО и не имеет права заниматься ничем, кроме заверения подписи. К слову, право заверения подписи может получить любой за несколько долларов при помощи печати, выданной штатом.

3. Узнайте, какое образование человек получил в США и чем занимался последние десять лет до встречи с вами.
4. Попросите рекомендации от клиентов и их контактные данные, чтобы удостовериться в том, что они действительно получили профессиональную помощь от этого специалиста и она была им полезна.

Открытие бизнеса в США: копилка архиполезных знаний

Прежде чем мы поговорим о потенциально прибыльных бизнесах, я расскажу вам о нескольких по-настоящему важных тем, которые помогут вам не просто сэкономить деньги и время, но и грамотно наладить вашу жизнь в новой стране и новых условиях. Говорю абсолютно без шуток: непонимание тех или иных моментов может не только принести вам существенные убытки, но и сломать жизнь в США вам и вашей семье, вплоть до разорения и депортации.

О чём вам не скажет ни один консультант по иммиграции

В интернете этой информации нет, а консультанты по бизнес-иммиграции предпочтуют не заморачиваться и ограничиваются типовыми услугами и общими рекомендациями.

И это еще в лучшем случае, в худшем вам обязательно начнут «впаривать» под видом доходных бизнесов нерентабельные проекты. О том, как это происходит и чем может обернуться, я расскажу ниже, чтобы вы имели представление о схемах, с которыми можете столкнуться и с вероятностью 99% «купиться» и потерять деньги.

Вы усмехнулись? Мол, меня, матерого и авторитетного волка не так просто развести, я и не таких аферистов ломал через коленку на родине! Можете быть уверены, так думали все, кто влип «по самое не хочу», а это люди не глупее вашего. Среди них есть солидные, известные личности, включая криминальных авторитетов и политиков, даже тех, которые часто мелькают на Первом канале. Почему так произошло? Потому что они, подчеркиваю, исключительно в силу незнания местных особенностей и всех деталей ведения бизнеса в США, прислушались к неправильным советам и вложились в убыточные проекты.

Так, например, совсем недавно, один очень известный в определенных кругах человек купил за два с лишним миллиона долларов глямурный ресторан а-ля золотые вилки и кружевные салфетки, который не приносит ему ничего кроме пафоса и убытков. К слову, если бы он работал с профессионалами, ему бы внятно и доходчиво объяснили, почему этот ресторан покупать не стоит, а если очень хочется, то красная цена ему полмиллиона. Но этого не произошло, и уважаемый человек попросту потерял много

денег и как минимум два года жизни в ожидании грин-карты. Потерял окончательно и бесповоротно. Кстати, даже если вы давно и плодотворно занимаетесь бизнесом и думаете, что ваш опыт ведения бизнеса в России или странах СНГ станет вам надежной опорой в Америке, рас прощайтесь с этой мыслью прямо сейчас. Мало того, что он будет бесполезен, он вам обязательно навредит; как говорится, со своим уставом в чужой монастырь не ходят. Об этом я тоже расскажу чуть ниже, в разделе «Почему опыт ведения бизнеса в России совершенно бесполезен в США».

За годы жизни в Америке я видел не одну сломанную судьбу, разорение и трагедии людей, которые влипли только потому, что общались по незнанию с «лохотронщиками», не владели внятной информацией о том, к чему могут привести те или иные сделки и насколько «полезны» случайные «дружеские» связи.

Меня и моих коллег это не устраивает: да, мы занимаемся бизнесом; да, мы работаем с клиентами за большие деньги, но я всегда предпочитал честный и профессиональный подход, а не обдирал своих клиентов только потому, что они оказались в новых условиях и еще не успели разобраться во всех деталях. Я прекрасно понимаю, что у вас уйдет несколько лет, чтобы отойти от культурного шока и немного ассимилироваться в новой стране. Исходя из вышеизложенного, как ни крути, вы запросто можете стать легкой добычей для желающих на вас заработать просто потому, что вам не с чем сопоставить новую информацию и понять, в чем конкретно заключается подвох.

Итак, основная проблема, с которой сталкиваются бизнесмены, иммигрирующие в США, это весьма смутное или обманчивое представление о том, чем здесь можно заниматься и какое дело может стать действительно выгодным. Особенно если это касается периода кризиса и упадка экономики в целом.

Эта проблема обусловлена двумя вещами. Первое: бизнесмены, приехавшие в США, как правило, оседают в опре-

деленных районах самых крупных городов Америки и, в силу незнания географии, языка, менталитета и каких-то других причин, не простирают свои интересы дальше так называемого русского квадрата, полагая, что там нет ни жизни, ни привлекательной бизнес-среды, примерно, как в Москве за МКАДом.

Они живут на первой линии, общаются с переехавшими недавно соседями и окружающими их повсюду риелторами, и в результате вместо достоверной развернутой информации о потенциальных возможностях оперируют какими-то обрывочными и искаженными представлениями о том, как здесь жить, чем заниматься и что продвигать. Вследствие этого очень часто «попадают» на деньги.

Второе: обычно сразу по приезде или на этапе приобретения или аренды недвижимости наши свежеиспеченные иммигранты общаются преимущественно с риелторами. Да, мы вернемся к риелторам, потому что это очень важно. Чем опасно общение, если оно выходит за рамки собственно приобретения или аренды недвижимости?

Большинство русскоязычных риелторов, с которыми имеют дело вновь прибывшие, никогда серьезно не выезжали за пределы определенного района. Все самые выгодные сделки по недвижимости, в их понимании, сконцентрированы здесь и начинаются от миллиона долларов. Это понимание они распространяют и на остальные жизненные сферы, полагая, что и все бизнесы также врачаются только в пределах дорогих районов города, что, как вы понимаете, в корне не соответствует действительности.

Внимание! Выбирая риелтора, убедитесь в том, что он прожил в США как минимум десять лет и говорит на понятном местным жителям инглише. Также удостоверьтесь, что ваш риелтор не лимитирует ваши опции одним районом, на котором он привык «настись», и готов показать вам все самое лучшее,

даже если «это далеко» от его дома, и на бензин он потратит больше двадцати долларов.

И здесь важно понимать одну простую вещь: пока риелтор ограничивается своими прямыми обязанностями, а именно — открывает перед вами двери квартиры и рассказывает о том, где находится туалет, а где спальня в квартире, которую вы (как он считает) хотите купить, причин для беспокойства нет.

Но как только он начинает расширять свое присутствие в вашей жизни и начинает живо интересоваться вашими планами на жизнь, давать какие-то «по-братски ценные» советы по вопросам иммиграции, открытия бизнеса или рекомендации по специалистам, которые могут «порешать все ваши проблемы», вам определенно следует насторожиться. Постарайтесь не упустить этот момент; вы же понимаете, что никто не выстрелит из сигнального пистолета и не произнесет ключевую фразу: «Приготовьтесь, я вторгаюсь в вашу жизнь с целью попилить ваш семейный бюджет с моими соратниками».

Итак, почему следует насторожиться? Да потому, что живой интерес к вашей персоне со стороны риелтора, будь то компания или частное лицо, вызван вовсе не тем, что он до смерти рад поболтать с соотечественником; здесь русскоязычных вагон и маленькая тележка, и недостатка в общении на великом и могучем, особенно в русском квадрате, нет. Как всегда, во главе угла шкурный интерес, который называется «комиссионные». А эти комиссионные продавец недвижимости получает каждый раз, когда продает своего клиента тем или иным людям или сервисам, начиная от ресторана и заканчивая родильными домами, где так любят рожать обеспеченные российские дамы.

Говоря прямо, для 95% риелторов новый свеженький представитель бизнес-иммиграции является жирненькой золотой курочкой, которую можно ощипать, пользуясь тем, что человек только приехал и еще не успел адаптироваться и понять, что

к чему. И можете быть уверены, он вас ощиплет, и не потому, что он такой злодей и жадюга, а потому, что риелторов здесь легионы, а клиентов для них куда меньше. Нормально работать и зарабатывать не все умеют и, к сожалению, даже не хотят. И уж если в цепкие ручонки рядового агента попадет потенциальный клиент, он возьмет с него все, до чего сможет дотянуться.

Только не подумайте, что все продавцы недвижимости, которых вы встретите, необразованные и ленивые аферисты, жаждущие продать вам все, что только можно, ради комиссионных. Я лично знаю очень достойных, образованных и грамотных риелторов, у которых есть чему поучиться и с которыми приятно иметь дело.

В нашем случае риелтор скорее образ собирательный; однако, он очень хорошо передает суть и сущность людей, с которыми вы можете столкнуться.

За какой «крючок» вас обязательно зацепят

Злую шутку играет еще и наш менталитет: у российского человека уже на генном уровне закрепилось, что если есть в чем-то потребность, нужно сначала искать по знакомым, по рекомендациям, в общем, по «своим», но вот насколько полезно использовать эту стратегию в чужой среде и насколько компетентны и искренни эти «свои», — это уже совсем другой вопрос. Вспомните фильм *Брат-2*: в нем гениальный режиссер показал всю страшную правду о наших иммигрантах, хотя считается, что «мы, русские, не обманываем друг друга».

Надеемся, что после прочтения этой книги вы будете на 100% знать, каким именно способом вас попытаются развести на деньги. И знаете что? Эта информация поможет вам сэкономить десятки тысяч долларов не только на самых первых порах, но и в каких-то простых бытовых вопросах, таких

как ремонт телефона, оформление юридического лица или покупки машины.

С чем вы обязательно столкнетесь

Обычно после покупки или аренды недвижимости, когда уже проходит первый шок и первая радость от переезда в Америку и от того, что вы реально попали в рай, люди начинают понимать, что необходимо как-то окончательно легализоваться и заняться развитием того или иного бизнеса.

И вот здесь вас подстерегает реальная опасность вложить деньги в неподходящие «бутафорные» проекты, в которых ваша выгода как инвестора даже не рассматривается.

Источником этой опасности в большинстве случаев может являться ваш милый улыбчивый продавец недвижимости, который уже удачно продал вам дом, вошел к вам в доверие и не пропустил заработать еще и еще! Он ведь доказал вам, что знает про ваш район все, он нашел вам самую лучшую квартиру, которой даже не было в стандартной базе данных, и сделал все, чтобы купить ее максимально дешево для вас, и может даже отдал часть своих комиссионных для того, чтобы закрыть сделку, а может даже подарил вам самый дорогой телевизор на новоселье. Но сейчас не об этом.

В специальной брокерской базе данных для риелторов всегда есть куча бизнесов на продажу, которые агенты по недвижимости предлагают своим клиентам. Почему не нужно тратить даже пять минут времени на изучение таких предложений? Да потому, что 99% этих проектов, как правило, или очень дорогие, или, что встречается чаще, были созданы специально для продажи свежеиспеченным иммигрантам под «грин-карту». То есть эти бутафорные проекты как бизнесы никогда не работали, не приносили денег и никак не были реализованы на практике. По сути, вам предлагают купить за реальные и не-

маленькие деньги сомнительные возможности, пусть и красиво оформленные, с бизнес-планами, цифрами и яркой обложкой и может даже арендой и оборудованием, в которое почему-то собственник вложил как минимум в пять раз больше, чем оно того стоит.

Кроме проектов из брокерской системы у нашего агента есть знакомые, знакомые знакомых и прочие друзья брата жениха, которые с удовольствием, не моргнув глазом, продадут вам какой-нибудь убыточный модный ресторан в самом центре района или заправку, которая по документам приносит, дай бог, 5% в год, а по факту не приносит ничего, если вы лично сами не будете там всем заниматься, не трястись при этом на работников.

Также вам непременно предложат вложиться в строительство недвижимости, расписывая размах и перспективы нового восхитительного жилого комплекса или торгового центра. Или же будут агитировать вписаться в деятельность очередного регионального центра и инвестировать 550 000 долларов (из которых 50 000 долларов — это его комиссионные) в проект с весьма невнятной результативностью. Как вы понимаете, этого делать не стоит.

Если же вы решите обратиться за советом по открытию бизнеса к местному юристу или адвокату, в большинстве своем, вы можете рассчитывать на профессиональную консультацию о том, как работает иммиграционная система и сервис по заполнению форм и анкет, которые, к слову, обойдутся вам примерно в 5 000–15 000 долларов. Но, зачастую, четких рекомендаций и ориентиров конкретно по бизнесу вы не получите, так как местные юристы предпочитают заниматься непосредственно юриспруденцией, в чем собственно они специалисты. Разумеется, без юриста заниматься вопросами своей иммиграции не стоит. Есть замечательные и проверенные юристы, с которыми мы работаем уже много лет, и они за долгие годы

практики помогли огромному количеству людей легко иммигрировать, выполнив свою работу безупречно.

Что касается открытия бизнеса, в идеале, по всем вопросам в этой области нужно обращаться к экспертам по бизнесу. Вопрос в том, где их найти, потому как немалая часть тех, кто позиционирует себя как экспертов и активно рекламируется в русских газетах, сами приехали в США год назад из села Кукуево, говорят на ломаном и непонятном никому «инглише» и имеют весьма размытое представление о реальной жизни в Америке.

Для того чтобы на самом деле объективно представлять, что к чему и понимать людей и менталитет, нужно прожить в стране не один десяток лет, а для того, чтобы давать экспертные рекомендации по бизнесу, нужно, как вы понимаете, самому быть не теоретиком, а практиком, да еще и попрактиковаться в США. То есть, нужно самому быть бизнесменом, понимать, что в конкретной стране, а точнее в Америке, работает, а что — нет, какие есть особенности в тех или иных сферах и на чем можно заработать, а на чем — прогореть.

Я прожил в Америке уже много лет. У меня было и есть несколько настоящих бизнесов, какие-то из них успешны и прибыльны, какие-то в процессе развития, какие-то прогорели, но я получил благодаря этому правильные уроки. В конце концов, я стал мультимиллионером, так что точно заслужил право давать вам советы.

Рекомендации: как не попасться на удочку «зазывал» и не попасть в мутные схемы

Друзья, в любой вид бизнеса в Америке, какой бы вам не предлагали, вы никогда не должны вписываться по совету одного человека. Этим человеком может быть ваш друг, сосед,

адвокат, родственник, человек, продающий вам какой-либо станок или машину. Вы всегда должны проверить тот бизнес или то предложение, которое прозвучало. Как это делается?

Первое — обязательно начинайте все с анализа. Классический вариант: возьмите лист бумаги, разделите его на две части, с левой стороны напишите «За», с правой — «Против». Вначале проанализируйте все сами: что требуется в этом виде бизнеса, что вы получаете, за что платите. Как правило, в этой ситуации и на этом этапе у вас уже начинает складываться свое мнение.

Второе — ни один бизнес не стоит начинать или покупать, полностью его не просчитав. Я не просто не рекомендую, я запрещаю вам это делать, потому что самое главное в данной ситуации — это арифметика. Арифметика и статистика, которая должна вам показать: насколько ваш вид бизнеса, который вы либо открываете, либо покупаете, будет или есть жизнеспособен, сколько с этим видом бизнеса вы сможете заработать.

Если это бизнес, который давно работает, вы обязательно должны сделать аудит. Более того, делать его нужно по двум направлениям. Направление первое — хорошая бухгалтерская или аудиторская компания. Они должны пересчитать и четко вам выдать следующую информацию: что компания сделала, чего добилась за годы ее существования, чем она сейчас владеет и что конкретно вы покупаете. Второе направление — проверить бизнес с помощью адвокатов. Адвокат должен проверить: насколько легален этот бизнес и какими лицензиями он располагает, потому что все виды бизнеса лицензируются, и вы должны иметь соответствующие вашему виду бизнеса разрешения. Даже в том случае, когда вы не можете получить соответствующую лицензию по причине ее отсутствия как таковой, оповестительное разрешение у муниципалитета вы получить должны. Вы должны пойти туда и написать бумагу, что вы собираетесь заниматься определенным видом бизнеса,

в муниципалитете должны принять эту бумагу под каким-то определенным номером и объяснить, что для этого вида деятельности вы должны сделать и должны ли что-то сделать вообще. Даже если вам больше ничего не нужно делать, следует зарегистрировать этот документ и оставить его у себя, чтобы ни один человек, ни один проверяющий, ни один полицейский, ни один агент (которых здесь пруд пруди) не мог вас в чем-то упрекнуть, заподозрить и проверить. Хотя проверки происходят крайне редко. За 25 лет ведения бизнеса в этой стране у меня этого не было ни разу, но я знаю примеры других людей, у которых подобное случалось.

Люди оказывались в не очень хорошем положении, хотя при всем при этом вели свой бизнес достаточно честно и правильно.

Идем дальше. У каждого бизнеса могут быть другие хозяева. Вы обязательно должны проверить: кому конкретно принадлежит этот бизнес, у кого конкретно вы его покупаете. Также у бизнеса не должно быть обременений; если они есть, вы должны четко знать: откуда они взялись, чем они вам грозят. Есть ли какие-то обременения на оборудовании (должны ли вы что-то за это оборудование?), есть ли какие-то обременения на автомобилях, нет ли каких-либо долгов за аренду помещения и т.д.

Аренда помещения

Покупая бизнес, зачастую вы не покупаете помещение, оно идет отдельно. Так вот, вы обязательно должны выяснить, кто является хозяином помещения, если бизнес находится не под крышей прошлого владельца, и вы не покупаете само помещение, согласится ли он подписать или продлить договор (желательно выяснить это даже до покупки бизнеса), чтобы этот бизнес не оказался на улице на следующий день.

Я знаю массу примеров того, как ребята покупали бизнес, который вынуждены были закрывать ровно через месяц, т.к. в конце месяца истекал срок аренды. И даже когда они обращались к хозяину помещения, он говорил, что ему невыгодно их держать. И даже от предложения большей суммы арендодатели, как правило, отказываются, потому что бизнес уже «насидел место» и арендодатель, как любой предприниматель в любой стране, в состоянии этот бизнес вести сам. Этот вопрос очень важен и его многие упускают. Иногда даже самое выгодное предложение может оказаться смертельным.

Представьте себе, у прошлого хозяина были определенные обязательства. Бизнес потрясающий и приносит невероятную прибыль. Его проверили ваш бухгалтер, адвокат и все отлично, есть огромный список клиентов, НО... Но если гарантии от хозяина помещения у вас нет, то этот бизнес автоматически становится бизнесом владельца помещения, и вы ни в чем не сможете его упрекнуть.

Вторая опасность: если там полно оборудования, допустим это ресторан, и оборудование ваше, но вам не разрешают работать в этом помещении. Я знаю массу примеров того, как хозяева предлагают в аренду свои помещения под ресторан, уже полностью укомплектованные оборудованием, возможно не новым, но работающим. Это оборудование, которое были вынуждены оставить предыдущие арендаторы. А все по той причине, что у них в договоре аренды было указано, что они имеют определенный срок (как правило, где-то неделю), чтобы вывести свое оборудование. А проблема в том, что на установку оборудования потребовался месяц, точно также как и на демонтаж. Более того, это стоит денег, и люди зачастую предпочитают все это бросить, чем заморачиваться. Или же гораздо выгоднее продать бизнес и свалить все проблемы на чужие плечи.

Один из выводов, который можно сделать из приведенной информации: хороший бизнес крайне редко продается, по той

простой причине, что никто не хочет терять «курочку, несущую золотые яйца».

На самом деле проверка бизнеса должна быть еще более глубокой. Я очень рекомендую, как при открытии бизнеса, так и при покупке, идти в муниципалитет. Казалось бы, что общего между муниципалитетом и хозяином бизнеса, в котором все работает, арендодатель готов продлить аренду, и она даже продлена, и никакого обременения ни на чем практически нет, и все прекрасно и красиво вертится. Но если бы я был на вашем месте, я бы обязательно пошел в муниципалитет.

Причин много, но можно выделить две основных:

Первая причина — целесообразность продолжения ведения данного бизнеса в этом районе. Допустим, если это ресторан, у которого появилось в округе еще три конкурента и количество его посетителей резко упало, в муниципалитете этого от вас скрывать не будут. К сожалению, ни ваш адвокат, ни ваш бухгалтер выяснять причины, почему успешный бизнес продается, и нет ли каких-то рисков для бизнеса в будущем, не будут. Вам об этом могут сказать только в муниципалитете.

Вторая причина — у муниципалитета могут быть свои претензии к бизнесу, которые ни адвокат, ни бухгалтер выяснить не могут. Претензии могут быть от всяких муниципальных контролирующих органов. Опять же таки если это ресторан, то — от санэпидемстанции. У санэпидемстанции всегда есть определенные технические требования к любому бизнесу, особенно к ресторанам. Например, кондиционирование, вентиляция, и все остальное в ресторане, который уже работает, могут не соответствовать требованиям санэпидстанции. Санэпидемстанция будет предупреждать довольно долго, но, в конечном счете, она все-таки закроет бизнес раз и навсегда. Зачастую бизнес и продают по этой причине, что перестраивать здание по требованиям санэпидемстанции может быть дороже, чем ведение бизнеса, поэтому проще его продать и забыть о его существовании.

Все эти факторы необходимо учитывать, чтобы не купить и не открыть мутное производство или ресторан, или любой другой вид деятельности.

Еще хочется отметить, что изначально не стоит принимать предложения, в которых либо читается, либо оговаривается что-то, что граничит с нарушением закона. Я не могу сейчас привести конкретный пример, но помню, что люди, с которыми имел дело в Бруклине, очень часто попадали на удочку таких «профессионалов». Эти «профессионалы» обустраивали им бизнес, в котором изначально между строк было заложено нарушение определенного законодательства.

Конечно же, есть много пунктов, которые вам перед открытием бизнеса необходимо знать. Но самая главная рекомендация: вы ни в коем случае не должны вписываться в тот вид бизнеса, который, даже по вашему мнению, выглядит незаконным. Более того, если у вас где-то появляются сомнения, вы должны это сомнение проверить и никогда не стесняться расспросить своих адвокатов обо всем, что и чем может грозить в данной ситуации.

Запомните раз и навсегда: любой вид бизнеса, для которого требуется оборудование, изначально является целью для дилеров, которые продают это оборудование. Более того, каждый дилер, который будет вам что-то предлагать, будет брать на себя какую-то ответственность, за что бы то ни было. То есть каждый будет вас чем-то привлекать. Один будет говорить, что он будет бесплатно обслуживать это оборудование, и если вас это заинтересовало, это не должно оставаться на словах. Дилер должен заключить с вами контракт, согласно которому в течение какого-то периода все обслуживание должно быть на дилере.

Приведу пример, связанный с перевозками автомобилей. Здесь существуют такие огромные грузовики, которые специально оборудованы для того, чтобы перевозить автомобили

для частных клиентов или для производителей автомобилей. Это распространенный вид бизнеса, для которого покупаются довольно дорогие специальные грузовики (стоимостью до 0,5 миллиона долларов). И дилер, продавая вам этот грузовик, будет «гарантировать», что у вас будет столько работы, что вы не будете даже в состоянии успеть всю ее сделать. Более того, у этого дилера есть чуть ли не прямой договор, допустим с компанией *General Motors*, которой явно не хватает автомобилей для перевозки своих новых произведенных машин куда бы то ни было.

Значит, что хочется вам сказать: *не верьте и проверяйте*, потому что ни один дилер, продав вам оборудование или машину, даже не задумается о том, чтобы вам помогать.

Я знаю массу примеров, когда люди покупали длинные лимузины. Им обещали, что как только они купят лимузин, их свяжут с потенциальными клиентами, которые дадут им такую загрузку пассажиров, что они не будут успевать их возить.

Проверьте, ничего не происходит. Как только вы подписали контракт, вы получаете оборудование и остаетесь с бизнесом наедине. Точно так же, как и перевозчики автомобилей, которые покупали грузовики за 0,5 миллиона, они считали, что выиграли в лотерею, но потом понимали, что никакого контракта с ними заключать не собираются. Их отправляли по разным адресам, где люди, в лучшем случае, говорили, что сейчас их услуги не требуются, либо сразу отказывались.

Друзья, в Америке, прежде чем начать какой-то вид бизнеса, вернитесь к тому пункту, в котором я говорил, что не нужно вкладывать свои деньги. Не нужно сразу покупать оборудование. Не нужно покупать сразу парк автомобилей, катеров, яхт, самолетов, вертолетов и т.д. Да, это то, к чему сразу же тянутся руки, потому что это можно реально потрогать, а у вас есть деньги. Вроде как вы же можете себе это позволить, а потом сделать бизнес.

Так вот, здесь все наоборот. Поверьте, важна идея и клиенты. Если у вас есть идея и достаточно клиентов, которые хотят этой идеей воспользоваться, нанять все то, что я выше перечислил, не составит никакого труда. Все это уже есть у кого-то, кто будет рад и счастлив предоставить вам это в аренду. Хоть вертолеты, самолеты и даже подводную лодку. Например, в Майами яхты в ряд стоят — берите какую угодно. И вы всегда можете поторговатьсья.

Можете ловить меня на слове — здесь всего много! Для бизнеса не хватает только клиентов, клиентской базы — это то, на чем вы должны сосредоточиться в первую очередь.

У вас должны быть заказы. Тот, кто владеет заказами, тот и является бизнесменом в Америке. Человек, который выполняет заказы для владельца заказов, является исполнителем, а исполнитель может вложить в дело миллиарды долларов, накупив все что угодно. Но он будет исполнителем, а вы будете хозяином. Для того чтобы стать хозяином, вам совершенно не обязательно вытаскивать из своего кармана уйму денег, более того, мы бы запретили это, если бы имели право, на какое-то определенное время, пока вы не поймете: что и где требуется, чтобы ваш бизнес стал успешным.

И напоследок хотелось бы отметить еще один важный момент. Если вдруг в предлагаемом бизнес-плане есть мутная схема, чтобы обойти какой-то закон для получения лицензии или каких-то документов, или вы рассчитываете заплатить штрафы, а потом их как-то компенсировать, то это, скорее всего, все закончится очень быстрым закрытием вашего бизнес-проекта.

Теперь, дав вам некоторые знания о том, с чем вы столкнетесь поначалу, пытаясь разобраться в том, как открыть бизнес в Америке, попробую объяснить разницу в ведении дел у вас на родине и в США, а также в чем отличие бизнесменов вашей страны от американских.

Почему опыт ведения бизнеса на родине совершенно бесполезен в США?

Как показывает практика, если человек занимался бизнесом в родной стране, он не может считать себя экспертом по части ведения бизнеса в США. Не стоит сердиться на эти слова; вся фишька в колossalной разнице менталитетов и подходов к построению бизнес-процессов. По сути, наш бизнесмен даже не может свой предыдущий опыт рассматривать как опыт вообще. Более того, будет лучше и для него, и для его будущего американского бизнеса, если он, что называется, с благодарностью отпустит этот опыт и будет открыт для новых знаний и развития.

Здесь все совершенно иное, начиная от открытия компании и заканчивая способами ведения переговоров. Если вы хотите как следует в этом разобраться и вникнуть во все детали, приготовьтесь, что ближайшие пару лет вам нужно будет интенсивно заниматься самообразованием, изучать людей, их мировосприятие и ценности, особенности менталитета, принципы построения бизнес-процессов и особенности ведения переговоров.

Для тех, кто не нарушает законы, Америка — идеальное место для жизни и ведения бизнеса. Но в случае каких-то неверных телодвижений, вроде «пасть порву, моргалы выкрою», можете быть уверены, хранители закона сработают очень четко и быстро, и просто так, как бывает в странах бывшего СНГ, решить вопросы, позвонив начальнику всей милиции, не получится.

Лучшее, что вы можете сделать для себя и своих нервов, — это купить яхту или самолет, наслаждаться самой лучшей рыббалкой в мире, ходить под парусами или гулять по ресторанам, посещать интересные места и позволить управлять своим биз-

несом экспертам. Если вы хотите вникать и учиться, то начинайте знакомиться с местными жителями, налаживайте отношения с владельцами реально работающих бизнесов, активно изучайте язык и особенности вашей новой родины и в результате получите от всего этого реальную пользу.

Три правила, которые должен знать каждый бизнесмен в США

Есть три правила, которые отличают русских бизнесменов от американских. Если вы не преодолеете это различие, вы никогда не сможете стать «своим» в США или хотя бы быть более-менее успешным бизнесменом.

Первое правило хорошего американского бизнесмена — это всегда быть доброжелательным к своим клиентам. Американцы любят улыбаться.

Американский бизнесмен — это удвоенное количество улыбок и разных знаков симпатий к клиенту. Люди в США привыкли, что если им хотят что-то продать, к ним относятся очень добродушно и внимательно, иначе они пойдут к другому продавцу, который обслужит их «как положено» — с улыбкой и доброжелательностью.

Второе правило — это знать как можно больше информации о своем клиенте. Если вы хотите преуспеть в бизнесе в США, вы должны знать о своем клиенте буквально все — вплоть до имени его домашнего питомца. «Как поживает ваша кошка Сьюзен, сэр? Стало ли ей лучше?», — такие вопросы — норма делового общения продавца с клиентом в Америке. Это вовсе не «лизоблюдство» и «подхалимство», как могут подумать некоторые русские предприниматели.

И последнее, но отнюдь не по значению, **третье правило** — это ваш личный внешний вид. В США очень важно всегда быть

ухоженным, хорошо одетым и приятно выглядящим человеком. Это нужно не только для ведения бизнеса в этой стране, но просто для успешной социальной жизни. Ваш внешний вид как бизнесмена — это витрина вашего благополучия, признак успешности вашего продукта и его популярности. Есть ли у вас деньги на хороший костюм? Успешно ли продается ваша продукция? Действительно ли она так хороша, что ее покупает много людей? Так про себя рассуждают клиенты, когда смотрят на вас.

Проще говоря, ваш внешний вид — это некий внешний рейтинговый показатель популярности вашего продукта, который вы продаете. Поймите, пожалуйста. У вас не будет второго шанса произвести первое, благоприятное впечатление.

Никто не станет анализировать, в духе ли вы в данный момент или нет, удобно ли вам сейчас говорить или неудобно (вам могут позвонить и совсем в нерабочее время, будьте готовы к этому), в химчистке ваш хороший костюм или вы всегда такой «оборвыш» — общайтесь с вашим потенциальным клиентом так, будто он самый важный для вас человек. Будьте максимально любезны, обходительны, подготовлены и воспитаны.

Почему «не по-американски» воспитанные люди никогда не добываются успеха в США?

В США есть свои нормы этикета делового общения, которые категорически запрещено нарушать. В противном случае, вы будете выставлены за дверь с вашим самым выгодным предложением.

Сейчас я вам расскажу историю, которая это иллюстрирует. Она случилась с моими знакомыми предпринимателями из России, которые приехали в США и попытались «с пинка в дверь»

заключить взаимовыгодный контракт с одной крупной корпорацией.

Это произошло так.

Наши приезжие друзья прилетели в США совсем ненадолго и ужасно торопились договориться с американской компанией о бизнес-партнерстве до своего отъезда. Они хотели предложить реализацию своего собственного продукта — потрясающее вкусного национального блюда. Когда мы его попробовали, ни у кого не осталось никаких сомнений: это новая «бомба» продаж. Этот продукт, казалось, обязательно станет хитом в пищевой индустрии — настолько он был вкусный.

Но у наших друзей был очень большой недостаток: у них оставалось мало времени и они были «плохо воспитаны» по американским понятиям.

Они хотели поехать прямо в штаб-квартиру Burger King и тут же, без звонка и договоренности о личной встрече, пообщаться с лицом, принимающим решение о бизнес-партнерстве. Им очень не терпелось дать кому-то попробовать этот продукт для заключения контракта.

Бог свидетель, я пытался отговорить их от этой безумной идеи. Идти к кому-то на встречу без предварительного звонка и договоренности — это показать себя диким и невоспитанным человеком, так на это смотрят в Америке.

Мы уже говорили, что у американцев очень сильно развита зона личного пространства. Если вы пытаетесь насилием проникнуть в нее без предварительного согласия, вас, скорее всего, враждебно встретят, в лучшем случае — с большим недоумением. Однако все попытки урезонить друзей оказались тщетны, и мы все-таки отправились в штаб-квартиру всемирной корпорации Burger King. Когда мы попытались «проникнуть» в здание штаб-квартиры, на входе нас тут же остановила охрана и спросила, куда мы так стремительно направляемся и есть ли у нас «appointment», то есть запланированная встреча.

«Appointment», конечно, у нас не было, но мы очень просили о встрече с лицом, которое принимает решение по нашему вопросу. Наконец, наши мольбы были услышаны, и к нам вышла женщина — очень представительного вида дама, впрочем, как это и принято в США на рабочем месте.

Она очень удивилась нашему внезапному «налету» на их штаб-квартиру. На вопрос, кто мы и что нам нужно, мои друзья накоротко объяснились перед ней и тут же решительно предложили ей попробовать прямо у входа в здание их удивительное национальное блюдо.

Нужно было видеть лицо этой женщины! Она была в таком шоке, как будто мы предложили ей отправиться в космос!

«Как? Что? Попробовать это? Что это? Там яд, вы хотите меня отравить?!»

Всем происходящим сразу же заинтересовалась охрана — мужчины так напряглись, что нам показалось, что они сейчас побегут и побьют нас своими красивыми, блестящими дубинками.

Как вы уже поняли, из всей этой затеи естественно ничего не получилось. И эта история — предупреждение всем тем «непосредственным» предпринимателям из СНГ, которые тоже захотят так стремительно «взять на бордаж» какую-нибудь американскую компанию.

Как совместить приятное с полезным в бизнесе в США

Но давайте теперь поговорим о приятном. А точнее, о приятных людях. Вас это может удивить, но выбирать для общения и работы приятное себе окружение из интересных и приятных вам людей — это тоже правило успешного бизнеса в США.

Ваши работники, бизнес-партнеры и даже ваши клиенты должны быть приятными лично вам. Вам должно нравиться

с ними общаться, вести с ними дело. Так вы будете получать удовольствие от своей работы, сможете повысить свою личную эффективность и работоспособность, а вместе с тем — и ваши доходы, ведь счастливый человек работает всегда лучше не-счастного.

Как не потерять свой бизнес при увольнении сотрудника в США

Увольнение сотрудника в США — это очень деликатное дело. Вы не можете просто так выгнать человека без всяких объяснений, как это часто делают в странах бывшего СССР. Кроме того, что это просто некрасиво с моральной точки зрения, это еще и опасно для вас — обиженный сотрудник может вас «засудить».

Он может сделать это при помощи своего адвоката. Его адвокат докажет в суде, что вы уволили своего работника незаслуженно и несправедливо, что вы ему что-то не доплатили или что вы, как его работодатель, не соблюли по отношению к нему каких-либо правил из трудового законодательства США. И поверьте — он найдет такой закон, который вы действительно нарушили.

Дело в том, что в США очень часто просто невозможно быть абсолютно законопослушным работодателем и соблюсти совершенно все регулятивные статьи из трудового законодательства. По незнанию вы можете что-то нарушить или даже нарушать каждый день.

Иначе говоря, в США нет идеальных работодателей с точки зрения закона. Привлечь к ответственности можно каждого — стоит только кому-то этого захотеть. Если же этого захочет ваш уволенный сотрудник, держитесь крепче — у вас скоро будут

большие неприятности. Кроме денежных потерь, вы можете понести репутационный и производственный ущерб из-за государственных проверок.

Более того, если обиженный на вас сотрудник, будучи внутри вашей компании, узнает о вас что-то негативное, что-то, что дискредитирует вас, то будьте уверены — вашему бизнесу вот-вот наступит конец. Вас может «атаковать» такое количество комиссий, проверок, негативных отзывов и штрафов, что вам проще будет закрыть компанию. Только гигантские корпорации способны выдерживать такие удары.

Наш главный совет: при увольнении сотрудника заранее изолируйте его от любой информации, которая потенциально может нанести вам вред.

Также перед увольнением сотрудника вы должны тщательно изучить ваш контракт с ним. Вам нужно знать о том, за какое количество дней перед увольнением вы должны уведомить его о своем решении, узнать про его выходное пособие, в частности изучить его должностные обязанности и определить, как и с какими именно из них он не справился.

Последнее поможет вам отстоять вашу позицию, и объяснить причину того, почему вы увольняете этого человека.

Но самый лучший способ уволить сотрудника — это в доброжелательном тоне сообщить ему, что ваша компания в силу таких-то причин больше не может ему платить его жалованье. Сохранить хорошие или нейтральные отношения с увольняемым сотрудником — это лучшая политика успешного бизнесмена в США.

Кроме того, что вы избежите длительных и разрушительных для вас судебных процессов, вы также оставляете для себя «мост» к этому работнику. Да-да, это действительно так — предприниматели в США очень часто просят уволенных сотрудников вернуться к ним на работу. Возможно, однажды и вам придется так возвращать ценного сотрудника.

Почему только единицы могут стать успешными бизнесменами в США?

Потому что очень сложно быть тем, кем ты не являешься, 24 часа в сутки.

Именно так вам придется жить в США. Круглосуточно вы должны будете казаться доброжелательными, вежливыми, энергичными, подтянутыми, улыбчивыми, эмоционально уравновешенными и обаятельными. Вам придется привыкнуть всегда говорить на пониженных тонах и тщательно подбирать слова. Это очень важно.

Бизнесмен — это батарейка своей компании. Он заряжает энергией всех сотрудников, привлекает своей уверенностью и харизмой новых клиентов.

Как локомотив, ведет вперед поезд своего бизнеса. Если вы будете вялым, неинтересным и пассивным человеком, ничего хорошего из вашего предприятия в США не получится. Можете сразу закрывать свой бизнес.

Ваши сотрудники должны видеть в вас пример, как нужно работать. Вы должны эмоционально и энергетически их подпитывать, будить их своей энергией от сонной офисной жизни, заставлять работать быстрее, увереннее и с большим энтузиазмом.

Ваши клиенты тоже хотят видеть в вас активного и уверенного в своей жизни человека, чтобы положиться на вас в каком-то вопросе, чтобы довериться вам.

Подумайте сами: станете ли вы работать с вечно уставшим, «умирающим» бизнесменом, неуверенным даже в самом себе? Ведь это жалкое зрелище! Вам захочется бежать.

Так же убегут от вас и ваши клиенты. Вы — главное лицо в компании и в то же время самое ответственное.

Но не у всех получается быть таким энергичным «суперменом». Это очень сложно. Однако, если вы хотите, чтобы ваш

бизнес двигался вперед и приносил вам деньги, в вашей компании обязательно должен быть такой энергичный и харизматичный человек. Если вы не можете тянуть такую «лямку», найдите такого человека и сделайте его своим помощником или заместителем. Он будет «заряжать» сотрудников в вашей компании.

Как за первый год ведения бизнеса в США сэкономить до миллиона долларов?

Как можно сэкономить такие ощутимые суммы? Я уже говорил, что не стоит ходить по различным инстанциям вместе со своим риелтором или другой помогайкой, который за каждый чих в том или ином кабинете будет получать свои комиссионные и откаты.

Пользуйтесь услугами профессионалов, которые помогают клиенту за заранее оговоренную сумму.

Как вы понимаете, на лбу у аферистов не написано, а все «случайные» встречи и знакомства в ресторане или на улице зачастую совсем не случайны, потому ставлю 99 из 100, что вы с ними непременно столкнетесь прямо средь бела дня около магазина или кофейни.

Хотите провести эксперимент и убедиться в правдивости моих слов? Приезжайте, к примеру, в Майами, на Sunny Isles в какое-нибудь симпатичное кафе, закажите отличный кубинский кофе и проведите там с полчаса. Самое главное, подберите правильный «прикид», который с ходу будет выдавать в вас обеспеченного человека, только что прибывшего из Москвы: обувь от Brioni, часы от Audemars Piguet и прочая бутиковая одежда тысяч на 20–30.

Уверяю вас, долго в одиночестве вы не просидите: вам предстоит стать участником помпезного театрального представления, которому позавидуют актеры и режиссеры больших и малых

театров. Главное, не забудьте взять блокнотик и ручку, чтобы записать все «гениальные» бизнес-предложения и «проверенные» способы заработать миллион долларов, не отходя от кассы, которые вам в красках распишет новый «случайный» знакомый.

Чем может обернуться знакомство с местным Остапом Бендером? Как обычно, потерей круглой суммы денег. Нередко происходит так, что новые знакомые предлагают вам открыть совместный бизнес или поучаствовать сообща в каком-то мегапроекте. И даже если все на первый взгляд выглядит вполне законно и официально, можете быть уверены: подвох есть, его не может не быть. Просто вы пока о нем не знаете.

Схема очень простая. Предположим, ваш новый знакомый Остап предложил открыть совместно компанию по грузоперевозкам, расписал все радужные перспективы и помахал у вас перед носом бизнес-планом, где все честь по чести и по уму.

Окей, вы оформили фирму, открыли совместный счет и перевели туда, скажем, 350 тысяч ваших личных долларов для развития бизнеса. А теперь следите за руками: Остап в любой момент как партнер фирмы (у вас же совместный проект, не так ли?) может снять двести тысяч долларов без вашего ведома, купить парочку ушатанных фур за копейки, как вы и договаривались, а остальные деньги проиграть в казино.

Чем это грозит Остапу в США? Да ничем, так как он уже подкован в деталях местного законодательства, он заранее подсуетился, а вам останется лишь разводить руками и печалиться о том, что вы стали жертвой «разводил» из-за незнания всех нюансов или из экономии на грамотном юристе, который предостерег бы вас от подобных сделок. Вы скажете: «Я набью ему морду и закопаю в лесу». Примерно так, как это делалось в 90-е. Все правильно и даже по понятиям, но леса в вашем районе нет, и как только потерпевший Остап Ибрагимович, опасаясь за свою жизнь, позвонит по номеру 911, в течение 3–5 минут вы будете сидеть на заднем сидении полицейской

машины в клетке и наручниках. В то время как потерпевший будет рассказывать пятерым полицейским о том, как какой-то иммигрант пытался лишить его зрения и здоровья.

Что будет в результате? Во-первых, вы заплатите адвокату около 10 000 долларов за услуги плюс еще 10 000 долларов за залог, чтобы выйти до суда. Во-вторых, у вас уже есть криминальная история, при которой получить вид на жительство в США практически невозможно. В-третьих, Остап запросит у вас еще 20 000–50 000 долларов, чтобы вас не судили за тяжкие телесные повреждения. Ну а что Остап? Остап продолжает разводить лохов и смеется над вами.

Я вовсе не хочу, чтобы вы стали параноиком и шарахались от каждого нового знакомого, который подошел к вам с мегабизнес-стартап предложением. Я всего лишь хочу помочь вам избежать неприятных ситуаций и сэкономить вам деньги, снабдив полезной информацией.

А потому снова повторюсь: незнание тех или иных вещей и экономия на экспертах может изменить судьбу человека и его семьи, причем не в самую лучшую сторону. Вплоть до того, останется ли он в Америке, чтобы здесь счастливо жить и работать, или поедет без денег обратно на прежнюю родину, где, к слову, он может уже находиться в розыске или иметь какие-то другие неприятности.

Теперь, когда вы хоть немного знаете, чего можно ожидать в новой стране желающим открыть собственное дело, подробно остановимся на разработке бизнес-плана вашего коммерческого начинания, вкратце о котором мы говорили в разделе об оформлении визы L-1.

Бизнес-план

Люди ко мне часто обращаются уже после того, как якобы запустили бизнес (во всяком случае то, что называется биз-

несом в их понятии). Самая большая ошибка, которую они делают, не создав бизнес-план, — они начинают вкладывать деньги, рассчитывая на три наши главные системы управления: «авось», «небось» и «так сойдет».

Был случай, когда человек сначала скопил огромное количество оборудования (это были фуры для логистики, больше 30 штук) и только после этого, когда эти фуры стояли уже на стоянке, он начал продумывать: как их запустить в дорогу, как создать команду, как найти обслуживающий персонал. И, соответственно, как и с другими компаниями это произошло, он в течение полугода вышел из бизнеса, потому что такой объем фур запустить на дорогу в логистике очень тяжело. И сам факт того, что эти фуры стоят, обесцениваются и не приносят деньги, приносят на самом деле большой ущерб компании. Поэтому все начинается с бизнес-плана.

Первое, что должно быть просчитано в бизнес-плане — кто будет заниматься этим бизнесом. То есть нужно обязательно прописать: кто будет в вашей команде, какие у них будут зарплаты. И хотим также обратить внимание: по какой-то причине люди, которые мигрируют из постсоветского пространства, считают, что люди будут работать на них бесплатно, за идею, что где-то когда-то будет светлое будущее. И в предложениях к менеджерам компании мы часто слышим: «ты поработай — а мы потом с тобой поделимся».

В Америке это не работает, потому что менеджер, который будет управлять компанией, имеет семью, детей, расходы и т.д. И ему нужна зарплата с первого же дня работы. И очень редко будет получаться так, что человек начнет работать бесплатно за идею, потому что у него элементарно есть расходы. Это проходит только в том случае, когда люди связываются с риелторами и те готовы работать за комиссионные, которые получат потом после сделки. И то, в большинстве случаев, настоящие профессионалы сначала берут какого-то рода депозит — не-

сколько тысяч или несколько десятков тысяч долларов, чтобы начать работу с клиентом. Тем самым они отфильтровывают людей недостойных для работы с собой. Если, например, клиент заявил, что хочет купить на несколько миллионов долларов недвижимости и не может или не хочет заплатить депозит в размере 1, 2, 3 или 10 тысяч долларов, то, соответственно, это показывает его намерения.

И еще такой момент. Если человек, пусть даже тот самый менеджер, соглашается на работу бесплатно, это означает, что у него сейчас очень плохая ситуация. Ну, все в жизни бывает, но с другой стороны, скорее всего, этот менеджер может даже и не опытный и может взяться за все подряд с надеждой где-нибудь, что-нибудь заработать. Это называется работа с проектами. Проектами занимаются люди, у которых уже есть запас и «денежная подушка», которая позволяет этому человеку проработать года два-три бесплатно, в надежде заработать большие деньги.

Поэтому, первый вариант: человек уже достаточно богатый и может взяться за проект, который вы ему предлагаете как менеджеру, и который он, скорее всего, не возьмет. И второй вариант: это человек, у которого ситуация уже просто не позволяет нигде работать, у него не получается куда-нибудь устроиться и он будет браться за все подряд.

Следующее, что в бизнес-плане нужно прописать обязательно — это стратегия и позиционирование бизнеса. Есть четыре позиции бизнеса, которые различаются в зависимости от качества и цены. Если представить себе график, там будет шкала. И если поставить в угол этой шкалы низкое качество и низкую цену, то это будет примерно выглядеть так: над одним сектором стоит высокое качество и низкая цена, на другом — высокое качество и высокая цена, также есть низкое качество и высокая цена. Значит, первым делом нужно определиться, в какой категории вы будете находиться.

Например, всем известная компания Ferrari попадает в категорию «высокая цена и высокое качество». Компания Tesla с электромобилями попадает в категорию «высокое качество низкая цена». Это то, чего они сейчас добиваются, потому что их автомобиль стоит как полцены Ferrari, но он ездит также и выполняет множество дополнительных функций.

В шкале, где низкое качество и низкая цена будут стоять магазины, такие как Walmart, где самые дешевые цены и все про-дается за копейки, и также компания Ikea. У них тоже массовое производство и они делают все не самого высокого качества, но по доступным ценам.

Также есть компании, которые делают плохое качество и высокую цену. Это может быть, например, компания Jaguar. До последнего времени это была дорогая машина очень плохого качества, которая постоянно ломалась. Также есть примеры, когда люди оказывают очень дорого некачественное обслуживание, они попадают в эту же категорию.

В каждой из этих категорий нет ни хорошего, ни плохого – это просто позиционирование. Например, Walmart, попав в низкое качество и низкую цену, очень хорошо себя чувствуют, т.к. это самая большая компания в мире.

Поэтому здесь ничего зазорного нет, вы просто выбираете сегмент, в котором будете работать.

Также, после того как вы выбрали свой сегмент, вы должны определиться с позиционированием в маркетинге. Это тоже должно обязательно быть вписано в бизнес-план: как вы будете себя позиционировать, кто вы на самом деле для публики, кто вы для своих клиентов.

И первое, кем вы можете быть — «первым пионером» в вашей индустрии.

Например, Tesla позиционируют себя: «Мы первые, кто сделал электромобиль, который пошел в массовое производство». Хотя до них было очень много компаний, которые пытались

это сделать, у них что-то получалось, но почему-то они так и не запустились. Но Tesla позиционирует себя первым.

Второй вариант: вы можете позиционировать себя самым лучшим в мире.

То есть вы, например, самый лучший специалист-хирург по определенной теме. Это уже специализация. Чтобы быть самым лучшим, вам нужно сначала выбрать нишу, в которой вы будете самым лучшим, потом набраться опыта и заявить о себе на рынке. Например, если человек проработал в госпитале врачом и он делал самые лучшие операции на сердце, то, открыв свою практику, он может заявлять: «Я самый лучший специалист, и у меня есть вот такой-то опыт, и я спас столько-то жизней».

И третий вариант — это быть самым большим.

Например, Walmart — это самая большая корпорация в мире.

McDonalds — это самая большая сеть в мире.

То есть, выходя на рынок, вы сначала должны запланировать, кем вы будете через год, пять и десять лет. Очень выгодная позиция на самом деле — быть самым лучшим. А самым первым быть еще выгоднее. Потому что, если вы открываете свою собственную нишу, например, как электромобили, или вы эксперт-консультант по определенной теме, где никого еще не было, или открываете какую-то свою систему, например, какой-то собственный метод, тогда вы автоматически становитесь первым и, соответственно, самым лучшим, потому что конкуренции пока еще нет и сравнить вас не с кем. Позиционирование себя на рынке очень важно.

Следующее: вы должны обязательно определиться с бюджетом. Здесь как никогда не подходят «авось», «небось» и «как-нибудь прорвемся». Самая опасная ситуация в бизнесе и самая большая причина, почему закрывается бизнес, — это недофинансирование. Эти бизнесы не имели изначально правильно просчитанного стартового капитала. Люди всегда

ошибаются, и ни один большой проект в мире не был про-считан правильно. Даже туннели через Ла-Манш, огромные мосты, стадионы, дороги — они все всегда были недофинанси-рованы в бизнес-плане. Они просчитаны были неправильно. Возможно, это стратегия людей, которые пишут бизнес-план, чтобы начать проект, и в итоге его все равно дофинансируют, потому что такой огромный проект не может быть не закон-чен. Но если вы открываете малый или средний бизнес, у вас должен быть полный расчет. И, как правило, люди ошибаются от 50% до 150%. Например, если заявленная сумма в бизнес-проекте была миллион долларов, то она как минимум может быть 1,5, а то и 2,5 миллиона. Поэтому нужно очень серьезно к этому подходить и просчитывать все моменты, форс-мажоры и иметь запас денег. Таким образом, если у вас бизнес-план на миллион долларов, у вас обязательно должен быть запас как минимум на 50% — на всякие разные расходы.

Не 10%, как это пишут специалисты-теоретики, которые никогда бизнесом не занимались. А у вас должно быть как минимум 50% ликвидного капитала на всякий случай, который обязательно наступит. Потому что все в бизнесе вы не можете просчитать, это просто невозможно сделать.

Следующий очень важный момент: после того как вы созда-ли бизнес-план и просчитали бюджет, вам обязательно нужно воспользоваться услугами квалифицированного инвестора. Потому что получается так, что вы, запуская свой бизнес, ста-новитесь не только бизнесменом, но и инвестором в ваш же бизнес или привлекаете капитал. Теперь самая большая про-блема заключается в том, что обычно люди, которые начинают свой новый бизнес или стартап, не являются ни профессио-нальными бизнесменами в этой отрасли, ни квалифициро-ванными инвесторами. И они берут на себя задачу не только выполнения бизнес-плана, а также задачу просчитать биз-нес-план и рискнуть деньгами.

Обычно в Америке это делается следующим образом: у вас есть бизнес-план и вы идете в какую-то организацию, типа банка или инвестиционного фонда. Там вы обращаетесь к квалифицированным инвесторам, которых вам рекомендуют, которые знают эту отрасль. И после того, как они рассматривают ваш бизнес-план, они решают: вложить в ваш бизнес деньги или нет. Их экспертность заключается в том, что они уже занимались этим бизнесом и они смогут увидеть все просчеты вашего бизнес-плана, как стратегические, так и тактические. И получается, когда вы не сделаете этого, что и происходит в 99% случаев, вы, в первую очередь, рискуете своими деньгами, потому что вы не являетесь квалифицированным инвестором. И если вы делаете такую ошибку, то соответственно вы можете потерять все, плюс время запуска и работы в этом бизнесе.

Поэтому наша рекомендация — обратиться к экспертам, которые как минимум смогут оценить ваш бизнес-план. Также, когда вы обращаетесь к квалифицированному инвестору, вы на самом деле получаете бесплатный совет.

Потому что эти люди выступают в качестве и экспертов, и консультантов. Они будут просчитывать: смогут ли они заработать на своих деньгах, сможете ли вы заработать на этом бизнесе, сможет ли вообще этот бизнес работать.

Если у вас нет доступа к квалифицированным инвесторам, вы можете обратиться к консультантам, которые имеют опыт конкретно в этой области и в этой стране. Потому что бизнес в любой другой стране очень сильно отличается от бизнеса в Америке. Детально об этом поговорим чуть позже.

В вашем бизнес-плане также должна быть валидация самой бизнес-идеи.

Валидация означает, что вы должны проверить, как может работать изначально ваша бизнес-идея. Вы не должны ни в коем случае обращаться к своим друзьям и знакомым,

и спрашивать: «Как тебе это нравится? Что ты думаешь?» Ведь в большинстве случаев оказывается, что тестирование на родственниках и знакомых заканчивается фиаско.

После того как вы сделали валидацию и уверены, что люди хотят, ждут и просят ваш товар, мы опять настоятельно рекомендуем обратиться к квалифицированному инвестору. Это человек, у которого есть не последние деньги, которые он вложит в ваш проект. И на случай того, что вам нужно будет добавить еще 50%, чтобы ваш бизнес жил и работал, у этого эксперта должны быть эти деньги. Этот человек должен понимать, что очень часто, практически во всех случаях, нужно будет дофинансировать ваш проект. Поэтому квалифицированный инвестор будет рад, что при валидации вы уже проверили бизнес идею и, например, 100 или 1 000 продаж вы уже сделали. И тогда он еще быстрее и легче вложится в ваш бизнес.

Для того чтобы проверить жизнеспособность идеи и бизнес-плана, вам нужно сначала сделать рекламу и попытаться продать такой же или похожий сервис людям, которые будут являться вашими потенциальными покупателями или клиентами.

Например, если вы производите что-то, прежде чем открыть огромный цех, вы можете найти в городе в своем же районе цех, который вы можете взять в аренду и сделать первые 10, 100 или 1 000 единиц товара, который вы хотите производить, хотя бы даже приблизительно, и попытаться их продать.

И в момент продажи конкретные клиенты будут говорить, почему они покупают или почему не покупают этот продукт и вообще нужен ли этот продукт на рынке.

Это очень важная часть валидации. Потому что мы все как гениальные люди считаем, что наш продукт или сервис нужен абсолютно всем в мире. И нам об этом говорит наше Эго, которое пытается убедить нас, что мы самые лучшие, умные и т.д.

Но, к сожалению, очень часто оказывается так, что мы ошибаемся.

Самая главная часть бизнес-плана — маркетинг, позиционирование и продажа. У вас должно быть четко и ясно прописано: кому вы будете продавать, через какие каналы и кто ваш потенциальный клиент. И самое главное — бюджет на этот же самый маркетинг.

В среднем в США на маркетинговый бюджет должно быть забито от 30% и выше на покупку каждого клиента. Если ваш товар или услуга, к примеру, стоит 100 долларов, то, как минимум, 30 долларов вы будете отдавать за покупку вашего клиента. Также вы должны будете просчитать Пожизненную Ценность Клиента (Life Time Value of the Customer) — сколько денег вы получите с этого клиента за весь период его сотрудничества с вами. Возьмем, к примеру, парикмахера. Покупая клиента примерно за 30% от цены, он должен знать, что на самом деле у него есть возможность монетизировать этого клиента на протяжении нескольких лет как минимум, пока этот человек не сменит парикмахера или пока он не переедет в другой штат.

И в заключении хотелось бы сказать очень важную вещь: ни в коем случае не начинайте свой бизнес с расходов, вы всегда успеете потратить деньги. Это, конечно же, не относится к тратам на образование. Например, пройти курсы, связанные именно с вашим будущим бизнесом. Вам нужно тратить деньги только на тот бизнес, который может принести вам прибыль и быть жизнеспособным. Сначала вам нужно убедиться, что эта бизнес-модель можетносить прибыль. И вместо того, чтобы покупать свое оборудование с нуля, вместо того, чтобы открывать все эти огромные цеха и включать всю мощность и ждать, пока ваши вложения вернутся, найдите способ начать производство в арендных условиях. Всегда есть возможность арендовать цех и запустить демо-модель бизнеса. И только тогда вы можете уже определяться с вложениями и жизнеспособностью вашего бизнеса.

И обязательно проконсультируйтесь с несколькими экспертами и квалифицированными инвесторами, прежде чем вы запустите свой бизнес-план в жизнь.

Я прекрасно понимаю, что вы все очень образованные люди, но бывает так, что вы просто можете не заметить просчет в вашем бизнес-плане, который может привести к коллапсу этого бизнеса. Это может быть очень маленькая деталь, которая остановит весь бизнес.

Дальше попробуем разобраться, кто является для вашего бизнеса инвестором квалифицированным, а кто неквалифицированным.

Например, на рынке есть стартаповская компания. Как ее протестировать?

Для этого нужно взять бизнес-план, пойти к человеку, у которого есть деньги и опыт в этом бизнесе и который в потенциале может за него заплатить. Он, глядя на ваш бизнес-план, скажет: это может быть не очень интересный бизнес-план и он денег не вложит, а может быть очень интересный бизнес план и он будет готов рисковать своими деньгами. Это называется квалифицированный инвестор.

То есть если вы, например, собираетесь готовить и продавать пирожки, то вам нужен инвестор, разбирающийся в пирожках. Человек, который занимается логистикой, должен найти квалифицированного инвестора именно в сфере логистики. Но что делают наши соотечественники? Они вместо того, чтобы хотя бы показать этот бизнес-план квалифицированному инвестору, который уже этим занимается много лет, и у которого есть деньги в него вложиться, считают, что им это не нужно. И они сами выступают инвестором в своем бизнесе. Вот они как раз и являются неквалифицированными инвесторами, ведь они — не специалисты по этой теме. Им, во-первых, никто денег на этот бизнес-план не дал бы, их бы сразу зарубили и нашли бы косяки. А второе — они

сами свои деньги вкладывают в бизнес, который может даже не работать.

Еще раз подчеркну: совсем не обязательно начинать с вкладывания своих собственных средств. Очень полезно выйти на квалифицированного инвестора. Во-первых, вы получите дельные советы по поводу своего бизнес-плана. Если в вашем бизнес-плане будет что-то не так, то квалифицированный инвестор вам на это обязательно укажет совершенно бесплатно. То есть вы получите грамотный совет, тот совет, который в дальнейшем может вам очень пригодиться. Второе — нужно привыкнуть к тому, что вся Америка живет в долг, огромный долг самой страны, огромный долг у каждого гражданина, и это нормально. Я понимаю, что психология нашего человека отличается. Для него важно расплатиться за все, чтобы никому ни за что не быть должным.

В Америке все наоборот, все здесь в долг. То есть спросите у кого угодно, у того же Уоррена Баффетта, американского предпринимателя, крупнейшего в мире и одного из наиболее известных инвесторов, состояние которого на март 2018 года оценивается в 100,1 млрд долларов.

Он давным-давно говорил: даже, если вы имеете достаточно средств, чтобы покупать что-то за свои средства, берите у банка в долг. Во-первых, банк вас научит — это раз, во-вторых, те проценты, которые вы платите банку, все равно к вам возвращаются. Например, вы купили дом. Вы вкладываете в него деньги, и он со временем дорожает. Так же и с бизнесом. Не обязательно вкладывать свои деньги. В крайнем случае, вы можете вложить свои деньги в хороший даунпеймент. То есть вы не должны пугаться больших серьезных проектов, на которые, как вам кажется, денег у вас нет. Если вы действительно настойчивый предприниматель и хотите стать настоящим американским бизнесменом, если у вас есть идеи, которые зашкаливают в смысле финансирования, если вы не в состо-

янии профинансировать свой собственный проект — ничего страшного. Если у вас есть достаточно хороший бизнес-план, вы найдете квалифицированных инвесторов.

Кроме инвесторов, не лишним будет также привлечь к оценке вашего бизнес-плана опытных консультантов, хорошо разбирающихся в конкретной области бизнеса именно в своей стране.

Если мы сравним две компании — «Роскосмос», которая запускает ракеты в России, и «SpaceX», специализирующаяся на идентичной деятельности, но уже в Америке, — то явным показателем будет количество людей, работающих в них. Со «SpaceX» сотрудничает 13 тысяч человек, компания может похвастаться большим коэффициентом успеха при запуске ракет, при этом в «Роскосмос» работает 250 тысяч сотрудников.

Это наглядный пример того, как профессионалы смогли создать очень четкую и слаженную систему управления бизнесом. У них получилось добиться потрясающих результатов быстрее и эффективнее, без приложения значительных усилий.

При этом не понадобилось задействовать большие трудовые и денежные ресурсы.

Секретом успеха компании «SpaceX» было то, что руководство привлекло самых дорогих и лучших консультантов, которые знали не только отрасль ракетостроения, но и методы работы с персоналом, маркетинг. Эти специалисты были способны найти дополнительные инвестиции. Они были наняты как сторонние консультанты, и именно это послужило причиной того, что «SpaceX» через несколько лет имеет показатели намного лучшие, чем в компании «Роскосмос», которая существует уже на протяжении двадцати лет. Поэтому так важно привлекать консультантов!

А теперь подробнее остановимся на уже упомянутой выше теме валидации вашего бизнеса, которая является важной частью бизнес-плана и одним из залогов успешности вашего начинания.

Валидация и тестирование бизнеса

В администрации любого города вам посоветуют протестировать рынок ваших будущих покупателей. Прислушайтесь к этому совету, он очень хороший. Лучшее для вас решение — это обратиться в хорошее маркетинговое агентство для анализа и тестирования рынка.

Я много раз встречал самонадеянных бизнесменов из СНГ, которые пренебрегали этим шагом. Они считали себя уже состоявшимися в бизнесе людьми, совсем не нуждающимися в чьих-либо советах. «Я управлял предприятием из 200 000 сотрудников! Мне не нужно объяснять, как открыть завод на 300 человек». Стоит ли говорить, чем закончилось для них их маленькое и кратковременное путешествие в американский бизнес?

Те же бизнесмены, которые хотят, чтобы их стартап начался правильно, обычно перед открытием тестируют покупательский рынок.

Однажды мы с нашими знакомыми проводили одно маленькое исследование рынка для продажи осетинских пирогов в США. Мы бесплатно раздавали американцам готовые пироги с условием, что за это они заполнят небольшой опросный лист с тремя вопросами:

- *Нравится ли вам пирог? Да или нет.*
- *Нужно ли что-то менять? Да или нет.*
- *Если вы увидите это блюдо в ресторане, станете ли вы его заказывать? Да или нет.*

Интересно, что около полутора тысяч человек дали свои положительные рекомендации. Лишь один ответил, что не будет заказывать, но лишь потому, что не понял вопроса: «Нет, я не буду это блюдо нигде заказывать, просто потому что я его нигде не видел!»

Именно тогда стало ясно, что этот продукт может выйти на рынок.

Однако, к сожалению, бизнес у ребят не заработал. И вот почему.

Во-первых, возникли проблемы с иммиграцией работников из Осетии в США. Миграционные адвокаты не смогли обеспечить людей нужными документами, поэтому работники, которые жили в США лишь на основании своей туристической визы, не имели право официально работать там.

Во-вторых, руководители предприятия часто меняли менеджеров. Это наносило ущерб организации людей, ведь все мы знаем знаменитую славянскую пословицу: «новая метла по-новому метет». Возникла неслаженность и недисциплинированность в работе.

В-третьих, основатели бизнеса не смогли покрыть все финансовые расходы нового предприятия. Впрочем, им вовсе и не обязательно это было делать — они могли под хороший бизнес-план взять кредит у банка или у частных инвесторов.

В итоге перспективное дело потерпело крах.

Но на этом примере неудачи вы можете извлечь для себя важный урок.

Самая главная ошибка всех начинающих бизнесменов в США: как и руководители проекта, рассмотренного выше, почти все начинающие бизнесмены самоотверженно рассчитывают только на самих себя. Они мужественно не просят о помощи ни у банков, ни у инвесторов, и тратят собственные деньги на свой бизнес.

Конечно, таким образом они часто просто «надрываются» и закрывают свои предприятия именно по причине недостатка в финансировании.

Не тратьте свои деньги. Лучше отложите их для себя на экстренный случай. Вкладывайте не больше 5% своих денег в новый проект.

Минимально вкладываясь в свой бизнес, вы застраховываете себя от рисков. Даже если стартап потерпит неудачу, все закончится всего лишь обычной процедурой банкротства.

В процедуре банкротства нет ничего страшного, как может показаться новым в американском бизнесе людям. В Америке банкротятся все. Даже президент США Дональд Трамп пережил несколько банкротств своих компаний, но посмотрите на него теперь — он неплохо устроился.

Не бойтесь, что инвесторы и банк вас «разорвут на части». Если вы тратили деньги на развитие по вашему бизнес-плану и не тратили их на себя, у вас не будет никаких проблем. Совсем другое дело, когда предприниматель потратил инвестиции не по назначению. В таком случае все заканчивается депортацией из США.

У бизнеса в США есть еще одно замечательное преимущество — вы не должны никому давать взяток. Больше того — вам нельзя этого делать. Ни в коем случае и ни на каком этапе.

Самая первая и самая распространенная ошибка — люди не делают бизнес-планы и не представляют себе до момента, как они предпринимают какие-то шаги: к чему они стремятся, что они строят и как это должно работать. А шаги, которые они делают, — это открытие компании, регистрация компании, взятие в аренду, покупка оборудования и всего остального. Все эти шаги люди делают и не представляют себе, к чему они стремятся.

Это как раз еще раз заставляет меня напомнить вам, что, прежде чем освоиться, обжиться в этой стране, нужно потратить какое-то время на получение информации. Проконсультируйтесь и получите эту информацию из любых возможных источников. Получив информацию, все взвесив, берите в руки калькулятор. Калькулятор должен быть вашим постоянным другом, чтобы посчитать: сколько вложить, куда вложить, для чего и что это принесет, и как это будет работать.

Вторая ошибка — над бизнес-планом, зачастую, не заботятся. Если до этого в своей стране люди занимались каким-то бизнесом, который, как они считают, не сильно отличается от американского, они попросту берут старую матрицу и накладывают ее на американскую действительность. И люди думают, что если что-то потом пойдет не так, то они смогут это потом подравнять. Но не так пойдет на самом деле все. Просто по той причине, что это не СНГ. Я не могу сказать, что в СНГ все совершенно плохо. Там те условия, к которым привыкли вы. А здесь те условия, к которым привыкли американцы. Третья ошибка, которую совершают новые иммигранты, — это взаимодействие при подборе персонала. Здесь целые департаменты, в больших и не очень больших компаниях, которые занимаются тестированием работников. У них есть специальные тесты, специальные программы, даже обучающие программы. Так или иначе, здесь просто другие исполнители.

Американский работник, в отличие от нашего работника, не будет ничего додумывать сам. К этому тоже нужно быть готовым. Вы должны четко видеть: какую инструкцию будете ему давать, какой ответ от него ожидать, что будет входить в поле его деятельности. Поверьте мне, работник ни шагу не сделает в сторону, где ему не было обозначено этот шаг сделать. Он сделает ровно столько, сколько вы ему скажете. Не потому что он ленив, я бы сказал даже наоборот. Американцы, кстати, обошли сейчас японцев по продуктивности труда. Более того в Америке начинает сокращаться рабочий день при увеличении производительности. Японцы всегда занимали первое место в этой сфере, сейчас их потихоньку начинают вытеснять американцы.

И в заключение хотелось бы сказать: нужно сначала подготовиться к бизнесу и только потом его начинать. Первое — бизнес-план, второе — подсчитываете затраты и согласовываете это со всеми. И главное, в заключение вы должны сделать анализ рынка, чтобы понять: есть ли у вас преимущества и какие они.

И опять же таки, мы возвращаемся к бизнес-плану, который все это включает.

Ну, вот я и ознакомил вас с тем, как быть бизнесменом в Америке и что нужно для этого делать. А теперь подскажу вам, на какие модели и направления с небольшими инвестициями имеет смысл обратить внимание, начиная свое дело в США, и во сколько это вам обойдется.

Давайте рассмотрим несколько несложных бизнес-схем, которые позволяют зарабатывать деньги и создавать рабочие места.

1. Точка дешевого общепита:
 - a) Стоимость: 150 000 долларов.
 - b) Окупаемость: 25–30 месяцев.
 - c) Прибыль в месяц: 4 000–6 000 долларов.

Как показывает практика, это направление бизнеса очень актуально во время кризиса и упадка экономики. В сети недорогого общепита бизнес выстраивается на потоке и быстром недорогом обслуживании.

2. Quest Escape room (квесты):
 - a) Стоимость: 60 000 долларов.
 - b) Окупаемость: 20–25 месяцев.
 - c) Прибыль в месяц: 3 000–4 000 долларов.

С учетом того, что сейчас этот бизнес находится на подъёме и только набирает обороты, у вас есть возможность войти в него за сравнительно небольшую сумму денег.

3. Спортивный зал:
 - a) Стоимость: 120 000 долларов.

- b) Окупаемость: 25–30 месяцев.
- c) Прибыль в месяц: 4 000–6 000 долларов.

Для открытия такого бизнеса вам потребуется тщательное изучение всех деталей и особенностей этой среды (какой зал открыть: классический, для обычных людей, для «качков»? Один зал или сразу сеть залов?) под руководством опытного эксперта.

- 4. Школа:
- a) Стоимость: 100 000 долларов.
- b) Окупаемость: 10–15 месяцев.
- c) Прибыль в месяц: 7 000–10 000 долларов.

Танцевальные и спортивные школы-студии пользуются сейчас большой популярностью. Если вы найдете подходящее место и правильно соотнесете ценовую политику с местом расположения, то при должном подходе легко наберете учеников и сможете получать пусть и небольшой, но стабильный доход от проведения занятий.

А теперь давайте поговорим о еще одной насущной проблеме, а именно об экономическом кризисе, и о том, чем заняться с выгодой для себя в этот период.

Что важно знать об экономических кризисах при развитии бизнеса?

Несмотря на то, что большинство людей рассматривают экономические кризисы как однозначное зло, важно понимать, что при правильном подходе кризис открывает новые перспективы развития и возможности неплохо заработать.

Для начала давайте рассмотрим такой момент, как циклы кризисов. Понимание того, как и когда они происходят, дает возможность подготовиться к ним заранее и подготовить стратегию своей деятельности.

Итак, кризисы, как правило, имеют семилетний цикл; вспомним последние экономические кризисы на рынках ценных бумаг и недвижимости 2001, 2008 годов. Принимая во внимание, что в среднем кризис длится два года, имеет смысл в плане развития бизнеса подготовиться заранее, особенно если вы только-только к этому моменту переедете в США и не захотите терять время впустую, пережидая, пока все уляжется. Понимая, на какие признаки кризиса можно ориентироваться и принимая во внимание рекомендации людей, которые уже пережили этот кризис неоднократно, вы сможете заранее, что называется, подстелить соломки и принять верные решения по инвестированию времени и средств.

К любому кризису следует подготовиться, а не надеяться «на авось». Лучше прослыть пааноиком и пессимистом, но быть готовым к кризису и сопутствующим изменениям, нежели, следя моде, думать позитивно, а потом потерять все сбережения и остаться у разбитого корыта.

Последствия подобной беспечности и потерю огромной суммы денег автор почувствовал на собственной шкуре, и только грамотные консультации умных людей впоследствии помогли ему спокойно пережить последние кризисы и сэкономить миллионы долларов.

Рынок недвижимости в кризис: что полезно об этом знать?

В идеале признаки кризиса оптимально рассматривать на примере недвижимости, потому как любые изменения

в этой сфере затрагивают огромное количество людей, в отличие, скажем, от фондовых рынков, и весьма наглядно отражают то, что происходит в экономике страны в целом.

Первым признаком надвигающегося кризиса в недвижимости является, как бы это ни странно звучало, завершение строительных работ в многоэтажках. Можете быть уверены: если высотные здания достроены и начались внутренние работы, кризис на рынке недвижимости не за горами. Это обусловлено тем, что у квартир в зданиях, готовых к введению в эксплуатацию, повышается продажная стоимость. А когда цены растут, особенно на недвижимость, начинается ажиотаж, и именно этот массовый ажиотаж можно считать вторым признаком кризиса. Почему? Да потому, что как только цены начинают расти, люди в своем большинстве начинают покупать все, до чего могут дотянуться. Повсюду возникает предпиковое состояние и мандраж, что в дальнейшем цены станут еще выше.

Вспомните правило: «Когда все покупают — продавай. Когда все продают — покупай».

Когда рынок раздуется до невероятных размеров, можно все смело продавать. Когда он начнет обваливаться, можно будет покупать. Такая стратегия позволяет хорошо заработать или существенно сэкономить. Например, сейчас, когда цены на недвижимость высокие, все активно ее продают. Через полгода, год, когда цены снизятся, вы купите то же самое, но уже за полцены. И если вы вовремя подсуетились и своевременно продали одну недвижимость за полную цену, а через время купили такую же, но уже вдвое дешевле, вы получите огромную экономию и удовольствие от своей предусмотрительности.

К слову, недвижимость, которую вы купите за половину стоимости, через время, когда опять начнется рост цен, вы опять можете продать. И так можно делать бесконечно, пока вам будет это интересно. Да, и не забудьте, что во время кризиса имеет смысл приобретать дешевые квартиры; это самый ходо-

вой товар, так как именно они первыми идут на конфискацию и первыми сдаются в аренду.

Если говорить в цифрах, например, определенная квартира стоит фактически 100–150 тысяч. В кризис такую квартиру можно было купить за 30–50 тысяч. Плюс в том, что такие активы не простаивают, а приносят небольшие деньги и отбивают затраты. Недорогие квартиры легко можно сдать в аренду в любые времена, так как рабочему классу нужно где-то жить. В общем, если грядет кризис, вы знаете, что делать: купить самую дешевую недвижимость, отремонтировать, сдать в аренду и получить профит.

Вообще, главная антикризисная стратегия — это переходить с дорогого на дешевое. Хотя даже в кризис можно, к примеру, в Майами на первой линии перепродавать квартиры и дома с огромной прибылью, потому что богатые остаются богатыми и в кризис. Если у вас гламурный ресторан, продайте, пока он доходный, и откройте сеть дешевого общепита. Позаботьтесь заранее о независимости от арендной платы: если есть возможность, выкупите помещения или все здание. Если нет, договоритесь с арендодателями или переберитесь в более дешевое место. Могу вас уверить, что во время кризиса закрывается очень много бизнесов и здания, где еще недавно бурлила жизнь, начинают пустеть. А с владельцем пустующего здания договориться намного проще, и грех не воспользоваться этой возможностью.

Продолжая тему заработка на сделках с недвижимостью, нельзя не отметить еще один вариант, а именно — приобретение конфискованной недвижимости напрямую у банка. Это разумно делать в течение всего кризисного периода, когда начинается конфискация у населения.

К слову, у банков можно покупать не только штучно, но и целыми районами или так называемыми пакетами недвижимости, разграниченными территориально. Как вы понимаете,

по завершению кризиса вы сможете все это продать за баснословную цену.

Как вариант, недвижимость, подлежащую конфискации, можно покупать напрямую у владельцев. Это зачастую будет стоить еще дешевле, чем при выкупе этой же недвижимости непосредственно в банке. Кроме того, у банков можно выкупать незаконченные строительные объекты, которых в кризис образуется достаточно много. Это связано с тем, что многие застройщики не приняли во внимание цикличность кризисов или попросту полагали, что их это не коснется. Кроме высотного недостроя, также немало и одноэтажных незаконченных домов. Все эти объекты можно выкупать у банков или напрямую у владельцев за небольшие суммы, достроить и сдать в аренду, а по завершении кризиса продать в несколько раз дороже и получить ощутимую прибыль.

Полагаю, чтение этого раздела было для вас полезным и, самое главное, выгодным; а теперь давайте рассмотрим еще несколько вариантов бизнес-направлений, которые имеет смысл развивать во время кризиса.

Чем заняться в кризис с небольшим бюджетом?

Восстановление и ремонт объектов, подлежащих конфискации

Если у вас нет средств на сделки с недвижимостью, обратите внимание на такое направление бизнеса как восстановление, очистка и ремонт конфискованной недвижимости.

Не секрет, что людям очень тяжело расставаться со своим домом, и они сражаются до последнего. Если сражение заканчивается не в их пользу, они зачастую напоследок мстят

и из вредности наносят ущерб бывшему жилищу — заливают унитазы цементом, долбят стены молотками, выбивают окна, превращая таким образом еще недавно любимый дом в захламленную помойку.

Очевидно, что банк в таком виде не может реализовать конфискованные квартиры, а потому нанимает организацию, которая приводит в порядок поврежденную недвижимость, проводит необходимые ремонтные работы, вывозит мусор и приводит жилье в нормальный вид. Такие организации, как правило, в свою очередь, нанимают для проведения работ дешевую рабочую силу и неплохо на этом зарабатывают, так как банк платит за каждый объект от 700 до 1 500 долларов, в зависимости от степени ущерба.

Защита от конфискации недвижимости

Еще одним прибыльным направлением во время кризиса является «спасательная» деятельность. Не все люди готовы вот так просто расстаться со своим домом, а потому они нанимают специалистов, которые успешно затягивают судебные разбирательства и оттягивают сам момент конфискации и выселения.

Настоящим матерым профессионалам удается растянуть этот процесс на несколько лет, в течение которых владелец по-прежнему проживает в своей квартире. И не просто проживает, а совершенно бесплатно.

Разумеется, такие спецы стоят денег, но зачастую оплатить их труд людям куда выгоднее, чем остаться без жилья или нести расходы по его оплате.

Мойка машин

Есть такие сферы, которые кризис практически не затрагивает. Сюда можно отнести автомойки. Для открытия тако-

го бизнеса достаточно выкупить небольшой участок земли и разместить там автоматическую мойку. Все остальное будет происходить без вашего участия: клиент оплачивает услугу картой, роботы моют машину до блеска, вы получаете прибыль и радуетесь жизни.

Также можно организовать передвижную мойку. Для этого достаточно купить коммерческий микроавтобус и оснастить его моющим оборудованием, которое, как правило, представлено чаном с водой, генератором и распылителем воды. Такое нехитрое оснащение вместе с автобусом обойдется вам примерно в 10 тысяч долларов, а если вы приобретете несколько автобусов, можно уже организовать сеть выездных автомоек и развить это направление до вполне прибыльного и стабильного бизнеса.

Эвакуаторы

Также имеет смысл обратить внимание на такую услугу, как эвакуатор. В кризис она становится особенно актуальной, так как люди нередко лишаются возможности оплачивать кредитные автомобили. Каждый, кто не в состоянии платить за свою машину, подает заявление в соответствующую компанию, а банк, в свою очередь, выплачивает компании 500–1000 долларов за каждый конфискованный автомобиль. Все, что вам остается сделать — это приобрести специальный эвакуаторный грузовичок, эвакуировать конфискованный транспорт и получить оплату за эту услугу.

Услуги по облагораживанию частных территорий

Еще одна услуга, которая никогда не потеряет актуальность, — это работы по облагораживанию частных территорий, или попросту, работа садовника. Вне зависимости

от того, есть кризис или нет, городской совет обязывает частных домовладельцев следить за придомовой территорией и не запускать ее, чтобы не портить общий вид. Если человек запускает свой газон, и трава уже начинает активно колоситься и достигает выше 30 см, домовладельца оштрафуют и обяжут своими силами или с чьей-либо помощью привести территорию в порядок. Надо сказать, что штраф может составлять 50 долларов в день, и он присуждается за каждый день, пока трава не будет выкошена. Как вы понимаете, выбрасывать 500 долларов за 10 дней очень не хочется, а потому люди часто нанимают садовников. Разумеется, данный бизнес легким не назовешь; он трудоемкий и трудно контролируется. Однако он помогает выжить и справиться с временными трудностями во время кризиса.

Частный извоз

Этот способ подойдет тем, кто совсем не имеет инвестиций для развития бизнеса. В США очень популярны сервисы частного извоза Uber и Lyft, позволяющие находить частного водителя, который на личном автомобиле отвозит пассажиров в любое место. По сути, это аналог Яндекс-такси, вернее наоборот, только услуги частных извозчиков обходятся примерно на 30% дешевле, нежели при заказе такси. И если у вас нет денег, но есть новый автомобиль и время на поездки, советуем зарегистрироваться на этом сервисе и получить возможность подработки.

Вот только несколько идей навскидку, чем можно заняться во время экономического упадка при различных стартовых возможностях. На самом деле вариантов бизнес-направлений намного больше, но формат этой книги не позволяет заняться перечислением их всех.

В заключение

Ну, вот я и ознакомил вас со многими практическими нюансами, которые обязательно встретятся вам на пути к вашей цели — открытию бизнеса в США. Надеюсь, что эта глава открыла для вас много нового и чрезвычайно полезного, и это поможет вам не допустить ошибок, избежать массы неприятностей, финансовых потерь и разочарований. Считайте, что вам повезло прочесть такую инструкцию по иммиграции и открытию бизнеса в новой для вас стране. Тем, у кого не было подобной шпаргалки, пришлось учиться на собственном тяжелом опыте и добиваться всего самостоятельно, без ценных подсказок. Но в потере времени и денег нет никакого смысла и пользы, и поэтому будем думать, что наш опыт, собранный в этой статье, пригодится вам для жизни в США.

Глава 5. Создание бизнеса в США

Многим известен тот факт, что в США едва ли не лучшие условия для ведения бизнеса в мире. Предприниматели из разных стран хотят открыть там свое дело по следующим причинам: стабильность экономики, справедливость законодательной базы и возможность реализации предпринимательских идей. На территории США уже давно успешно ведут свой бизнес многие иностранные лица.

Открыть его может любой человек, но важно каждому иметь понятие о том, какие сферы являются самыми актуальными и менее конкурентоспособными. Если вы в числе желающих начать деятельность в США, то эта глава вам будет очень полезной. В ней я помогу вам разобраться и определить то надежное направление, которое обязательно станет прибыльным и успешным.

Виды бизнеса

*Америка — не страна денег, а страна богатства;
не страна богатых людей, а страна успешных работников.*
Генри Форд

Существует достаточное количество бизнесов для иммигрантов, которые легко открыть. В этой главе я расскажу вам о них и о тех направлениях бизнеса в США, которые проверены, успешно работают и приносят прибыль на американском рынке. Если в вас живет та самая Американская мечта и хватает смелости и амбиций, чтобы ее реализовать, то дерзайте и не сомневайтесь в своем успехе. А сейчас разберем подробнее каждый из них.

Логистика и грузоперевозки

Очень выгодным бизнесом до сих пор считаются компании по грузоперевозкам или, как их здесь называют, траковые компании. Единственный момент: нужно очень хорошо разбираться в деталях этого бизнес-направления и четко понимать все досконально, чтобы не наломать дров и не потерять все деньги.

Плюсы этого бизнеса: в него очень легко войти, потому что вся Америка активно пользуется услугами грузоперевозок, так как железных дорог здесь практически нет, а те, что есть — уничтожаются. Вы спросите: почему? Все очень просто: для развития бизнеса по продаже топлива для транспортных средств. Вы можете себе представить, какое количество солярки уходит на каждую фуру, и какую прибыль получают компании? Смотрите сами: каждая машина ежемесячно «съедает» около 6 000 долларов. С учетом того, что стоимость солярки составляет 3 доллара за галлон (1 галлон равен 4 л), несложно

посчитать, сколько каждая траковая компания приносит ежемесячно дохода владельцам компаний по продаже горючего.

Что касается работы в этой сфере: по факту, грузоперевозки — это единственная индустрия в США, в которую может войти любой иммигрант даже без обширных знаний английского языка и образования. Все, что ему нужно сделать, — это получить водительские права, начать перевозить грузы и зарабатывать около 4–6 тысяч долларов в месяц, совершенно не напрягаясь. Нигде больше на континенте человек без знания языка и образования не найдет зарплату такого уровня, и потому в этот бизнес пытаются влезть все, кому не лень, зачастую не понимая, что есть ряд нюансов, которые очень важно понимать при развитии этого направления. Для того, чтобы начать разбираться в этих деталях, нужно либо самому достаточно времени проработать в этой отрасли и набить собственные шишки, либо при открытии этого бизнеса обратиться к экспертам соответствующей отрасли, с помощью которых вы избежите лишних расходов и головной боли.

Компания по грузоперевозкам, с которой мы не так давно работали, специализируется на транспортировке сухих грузов по всей Америке. И мы имеем практическое представление, как работает эта сфера, так как нам приходилось вытягивать эту компанию из такой глубокой, прошу прощения, задницы, что вы и представить себе не можете. Как она там оказалась? Очень просто: ее туда загнали бывшие дальнобойщики и «профессионалы», которые решили переквалифицироваться в бизнесменов. Тогда мы ее реанимировали, и компания до сих пор приносит вполне ощутимую прибыль.

Да, в траковой индустрии врашаются огромные деньги. Для того чтобы они оседали в вашем кармане, вам надо поменяться местами с теми, кто все это время, извините за грубость, вас «имел»: водители, механики, брокеры, диспетчеры, эвакуаторщики, факторинговые компании и пр.

Если вы никогда не занимались грузоперевозками и не знаете все нюансы, вы гарантированно потеряете деньги, время и нервы. Даже если у вас есть друг или знакомый дальнобойщик, который бьет себя копытом в грудь и утверждает, что он с десяток лет крутит барабанку и знает все детали ОТ и ДО, мой вам совет: не «покупайтесь» на кажущуюся легкость и простоту. И сэкономьте порядка 300 000 долларов, без шуток.

Как открыть строительный бизнес в Америке?

*Никогда не инвестируй в бизнес,
в котором ничего не понимаешь.*

Уоррен Баффетт

Мы всегда считали, что жилые многоквартирные дома строят миллиардеры. Да, они богатые люди, но за свои деньги никто из них не строит, потому что это бессмысленно.

Ситуация следующая: вы открываете бизнес, приходите в банк за финансированием, а он у вас просит внести какой-то down payment (первоначальный взнос) и выдвигает свои встречные условия. Никогда и ни в один бизнес банк не вольется деньги, которые вы требуете, сразу. Вам будут выдавать их поэтапно. Что это значит?

Рассмотрим на примере строительства. Вы обязаны купить площадку и показать банку документы, что площадка у вас куплена: либо за ваши деньги, либо точно так же профинансированные. Далее, вы должны создать бизнес-план. Я скажу больше: для того чтобы началось строительство, разные банки по-разному выдвигают требования продажи определенного количества квартир — 20, 25, 30, 50%. То есть в различных банках и различных ситуациях они индивидуальны. Но в момент,

когда вы продаете, вы стараетесь, как правило, на первом этапе продать как можно быстрее и сбрасываете цену.

Мой совет: очень выгодно покупать жилье до начала строительства

Это не СНГ, здесь одно и то же дважды не продадут. Здесь крайне строгий контроль, поэтому очень выгодно. Цена вашей купленной квартиры в момент, когда она еще просто в идее, может иногда оказаться вдвое, а то и втрое дешевле, чем, когда ваша же квартира будет в доме, который построен. Она наверняка подорожает вдвое. Почему? Я еще раз повторяю, что в момент, когда набирается определенное количество проданных квартир, банк выделяет первую часть денежных средств на строительство, к примеру, первых пяти этажей здания. После чего заливается фундамент, возводятся эти пять этажей, и банк это все проверяет. Приходят представители, осматривают и утверждают. Идет следующий транш, идут следующие передачи, и следующие суммы на строительство второй части, которая там снова до определенного момента. Иногда это разбивается на два, три, четыре или пять ходов. Тем не менее, банк всегда перестраховывается и всегда на шаг впереди, потому что всякое бывает в жизни: вы сегодня строите, а завтра передумали. Банк всегда в этом смысле защищен и имеет вложенные в недвижимость средства от застройщика немного больше, чем он вам выделил. То есть банк никогда не прогадает.

Тем не менее, вам не нужно быть миллиардером или миллионером для того, чтобы построить многоквартирный дом где-нибудь в престижном районе. Если у вас есть такая идея и вы занимались строительством, милости прошу. В этой стране это возможно и несложно.

Новостройки как бизнес

Это одно из самых простых бизнес-вложений, которые только можно придумать. Хотя местные «знатоки» рынка преподносят этот вид инвестиций как нечто особенное, сакральное знание, доступное не для всех, и которое принесет инвестору сумасшедшие прибыли. Как показывает моя практика, инвестирование в новостройки на самом деле не относится к прибыльному бизнесу; это больше напоминает посещение казино — никто не знает, выиграете вы или проиграете в «пух и прак».

Единственное, ради чего стоит вкладываться в дорогую новостройку, — это купить дом или квартиру для себя и своей семьи, чтобы там жить и радоваться жизни. Если вам интересен именно такой формат, и вы владеете информацией, как покупать правильно, то экономия составит несколько процентов, что при общей высокой стоимости недвижимости выльется в достаточно неплохую сумму. Имейте в виду: покупка дорогой новостройки или любой другой недвижимости не дает право на получение иммиграционной визы L-1 (да и любой другой визы), что бы там ни говорили различные проходимцы и аферисты в погоне за своими риелторскими комиссионными.

Открытие русских магазинов

К сожалению, на этом поприще уже все занято, и тут вы опоздали. В Америке есть несколько экспертов в этой отрасли, которые занимаются данным направлением более 20 лет и, как говорится, «собаку съели» в этом деле. Но это еще полбеды. В США в ближайшее время запланировано открытие дистрибуторских сетей из Нью-Йорка, тех самых, где закупаются все местные русские магазины, магазинчики и лавки, а это

значит, что их розничные цены будут намного ниже ваших закупочных.

Сможете ли вы успешно работать и получать прибыль в таких условиях? Вопрос риторический, а потому лучше не рисковать своим капиталом.

Построить дом и «флипануть»

«Флипануть» (англ. — flip) здесь означает построить дом и перепродать с целью прибыли. На сегодняшний день к такому способу заработка следует подойти очень аккуратно: есть большая вероятность, что к моменту стагнации рынка недвижимости вы попросту не успеете достроить вашу недвижимость, и есть большой риск «застрять» с ней на несколько лет в ожидании флипа. С другой стороны, есть возможность сдать ее в аренду на длительный срок и получать около 5–7% годовых дохода, в случае, если удастся заключить годовой контракт с арендодателями и не сталкиваться ни с какими форс-мажорными обстоятельствами. Как вариант, на время стагнации вы можете сами жить в вашем доме и продать его через время, когда все снова пойдет в рост.

Здешний рынок может вам предложить на выбор огромное количество строительных проектов, готовых к реализации, начиная от частных домов и арендных комплексов и заканчивая 50-этажными зданиями. Для захода в такие проекты вы должны быть уверены, что готовы к «долгой игре» и отсроченному получению прибыли. Кстати, чуть ниже я расскажу об одном интересном проекте. Он называется «Теннисная Академия» и обещает стать очень привлекательным в плане инвестиций.

Очень часто я слышу от продвинутых переселенцев из СНГ, что у них есть масса креативных «бомбовых» идей, которые просто «взорвут» Америку и принесут им кучу денег. Как пра-

вило, это «избитые» идеи по открытию аутентичного русского ресторана в духе «Разлюли-малина, russian хохлома» или же бани, пельменной, сувенирного магазина с матрешками и пр. Увы и ах, но в США недостаточно русскоязычного населения, которое готово превратиться в ваших покупателей и клиентов. А те, что есть, уже насмотрелись на такие проекты вдоволь или же перестали шиковать и выбрасывать деньги попусту. Туристы тоже не особо заинтересованы в русских матрешках. Следовательно, вы попросту выбросите деньги на ветер, и у вас останутся разве что воспоминания о том коротком времени, когда вы были владельцем русской пельменной или лавки с матрешками и ушанками.

Вы уже в Америке. Так займитесь тем, что уже проверено, работает и приносит прибыль на американском рынке. И это будет самым правильным вложением времени и денег.

Работающий американский бизнес

Надейся на лучшее, но готовься к худшему.

Русская пословица

Сразу начну с жесткой правды: согласно официальной американской статистике вероятность того, что ваш бизнес обанкротится в первый год существования, составляет 95%. Именно поэтому к идее создания бизнеса сразу стоит подходить без лишних иллюзий и розовых очков. Поэтому я не стану рассказывать, что вас гарантированно ждут молочные реки и кисельные берега, как это делают некоторые компании и агенты. Они совсем не беспокоятся о том, что человек связывает новый бизнес с получением визы и спокойной жизнью для себя и своей семьи.

Вместо того, чтобы игнорировать факты и многолетние данные статистики, нужно увеличить шансы на создание такой

бизнес-модели, которая сведет риски к минимуму и позволит получать стабильный доход.

Поэтому в данной части книги вы узнаете о том, как из пазлов и элементов мозаики создать целостное дело и выстроить непотопляемую бизнес-модель, которая сможет устоять даже в кризис. Здесь главное понимать, что не следует все яйца складывать в одну корзину, и для гарантированного успеха развивать не одно, а несколько бизнес-направлений, причем не смежных, а разных и не связанных друг с другом.

Это позволит удвоить шанс на выживание, получение грин-карты и комфортной жизни в США, ведь вы же приехали сюда именно за этим, не так ли? Если же вы убеждены, что «нужно заниматься чем-то одним и тогда победа вам гарантирована», то вам дорога к тем 95%, которые уже вышли из бизнеса и безвозвратно потеряли время. Хотя именно время более ценно, так как его бездарная траты — большой шанс остаться без документов с последующим триумфальным возвращением на родные просторы. Не надейтесь на лучшее, а заранее готовьтесь к краху экономики и полному коллапсу. Однако если его удастся избежать, вы в любом случае будете в плюсе и останетесь чрезвычайно довольны прибылью и процветанием вашего американского бизнеса.

На какие модели и направления имеет смысл обратить внимание?

Сеть недорогого общепита

Сразу представьте McDonald's и подобные ему сети быстрого и недорого питления. Как показывает практика, это направление бизнеса очень актуально во время кризиса и упадка экономики. В то время как гламурные рестораны простоявают или зарабатывают самый минимум, точки дешевого общепита

не просто выживают, но и развиваются и процветают во все времена.

Различные рестораны морепродуктов или национальной кухни пользуются большой популярностью в рабочих кварталах (это те, что за 5–10 км от береговой линии), и там всегда есть и будут посетители. В среднем, такой ресторан может принести 10–20 тысяч долларов в месяц. Это столько же, сколько приносит гламурный ресторан в Sunny Isles (в самый лучший месяц сезона) с изысканными блюдами и пафосной обстановкой. В сети недорогого общепита бизнес выстраивается на потоке и быстром недорогом обслуживании. Средний чек составляет от 10 до 15 долларов, а посещаемость может за-просто составлять порядка 200 человек только во время обеденного перерыва. Иначе говоря, не обязательно вкладывать миллион на открытие гламурного ресторана на береговой линии, а потом пытаться безуспешно отбить затраты. Лучше открыть на эти же деньги целую сеть точек дешевого общепита, которую не затронет сезонность и кризис, и где всегда будет стабильный доход и довольные клиенты.

Компания по ремонту и дизайну квартир и домов

Несмотря на то, что деятельность такой компании носит сезонный характер, этот бизнес очень выгодный, так как в США строят очень много элитной недвижимости. Как вы понимаете, владельцы квартир затем отделяют свои апартаменты по своему вкусу и вкладывают в это немалые деньги. Хочу обратить ваше внимание, что в данном случае сезонность носит не климатический, а экономический характер. Сейчас строительство многих зданий класса люкс на первой линии и в элитных поселках подходит к завершению, и в ближайшее время, когда начнутся отделочные работы, компаний в этой

сфере будут, что называется, «в шоколаде». Однако эта музыка не будет вечной: как только начнется стагнация рынка, ремонтные работы закончат или приостановят.

Такое бизнес-направление можно будет смело сворачивать и продавать на подъеме за хорошие деньги. Так что, если вас интересует какое-то временное направление деятельности на ближайшие 1,5–2 года, можете обратить внимание на эту сферу. Как постоянную я ее рассматривать не рекомендую.

Компания по реставрации авиатехники

Это красивый и солидный бизнес, который может принести массу удовольствий и прибыли. Я отношу его и инженерные компании к топовым «элитным» бизнесам, где обретается «кошерная» клиентура и сделки на большие деньги.

Бизнес по ремонту и реставрации авиатехники не знает кризиса, так как владельцы самолетов, вертолетов и прочей авиатехники — это самые состоятельные люди мира и они всегда находятся выше финансовых кризисов и различных перемен в экономике. Сильными сторонами этого бизнеса также являются в буквальном смысле бездонные карманы постоянных клиентов: как индивидуальных, так и корпоративных.

Бизнес по ремонту и реставрации авиатехники — это поистине глобальное предприятие, в котором нет места дилетантам. Здесь преобладают давно установленные консервативные стандарты в лучших традициях ультрабогатства и успешного капитализма.

Компания по ремонту, обслуживанию и реставрации яхт

Все вышесказанное об авиационном бизнесе также можно отнести и к владельцам яхт. Яхты — это мир очень богатых

и состоятельных людей. Но это транспортное средство требует регулярного обслуживания и ухода. Как бывший владелец 20-метровой яхты могу сказать, что у хозяина любой яхты стоимостью от миллиона и выше на поддержание ее в плавучем состоянии будет уходить как минимум 10% от ее стоимости.

Соответственно 150–250 тысяч в год он, как из пушки, обязательно будет отдавать на всевозможные мелкие ремонты и сервис. Поэтому можете быть уверены: в этом бизнесе деньги есть, и они будут до тех пор, пока существуют владельцы яхт, то есть всегда. А потому при правильном подходе вы сможете иметь стабильный и прибыльный бизнес на долгие годы вашей жизни в США.

Инженерные компании

Этот вид бизнеса в моем арсенале занимает, как минимум, второе место после компаний по разработке нано технологий и оборудования по регенерации клеток организма человека стоимостью 150 миллионов за штуку.

Инженерные компании — это высокодоходные предприятия, обеспечивающие новейшими, необходимыми разработками и расчетами уже существующий рынок потребностей серьезных бизнес-предприятий Америки: начиная от частных корпораций и заканчивая тендерами и военными заказами Пентагона.

Правильно выстроенная с самого начала инженерная компания как бизнес-направление может сэкономить любому уже существующему большому и малому бизнесу до 50% обязательных расходов из бюджета. Это само собой обеспечивает компании стремительный рост и популярность на рынке. Например, сделав доскональный анализ рынка потребления материалов, используемых в производстве того или иного продукта, инже-

нерная компания способна создать более дешевую альтернативу уже существующему сырью или изначальному материалу, который применяется в любом массовом производстве (мы говорим о многомиллиардном американском рынке по производству товаров массового потребления, а также о сырьевой отрасли, поставляющей материал для этого производства).

Инженерной компании некогда скучать или простояивать без дела, так как заняться можно чем угодно, а клиентом ее может стать любой бизнес в США. Как и в случае с компанией по ремонту и реставрации авиатехники, тут не место провинциальному невежеству и дилетантам. Все должно быть сделано по американскому и западноевропейскому образцу. Поэтому, если у вас есть надлежащий опыт, знания и профессионализм, это направление бизнеса может стать для вас очень прибыльным и интересным. Здесь ценят ум и коммерчески выгодные разработки.

Архитектурная компания

Архитектурная компания — это стабильный бизнес. Он обладает одним из самых высоких коэффициентов доходности по сравнению с затратами на содержание, которые сводятся, по большому счету, к аренде помещения и рекламе услуг. Архитектор, как таковой, приступает к работе только в момент получения конкретного заказа от клиента. В промежуточный период сам факт того, что в штате архитектурной компании находятся 7–8 специалистов, никоим образом не влияет на бюджет фирмы. А все потому, что оплата за работу поступает каждому архитектору непосредственно из аванса, получаемого с каждого заказа.

Говоря на языке цифр: если архитектурная компания получит хотя бы 2–3 хороших заказа в течение года, она смо-

жет принести доход владельцу фирмы в размере от 150 000 до 300 000 долларов. И это при том, что реальные затраты на производство и содержание бизнеса составят примерно 50 тысяч долларов.

А если один из проектов будет признан шедевром, то владелец компании, скорее всего, будет получать пожизненные комиссионные от массового тиражирования конкретного архитектурного плана, который он успешно запатентовал и продал большой строительной компании. Главное, позаботьтесь об этом заранее.

Теннисная академия

Этот проект рассчитан на инвестора, который готов к «долгому забегу». А если вы подбираете проект, который позволит оперативно получить грин-карту и продать работающий бизнес с прибылью через 2–3 года, то просто пропустите эту часть текста. Проект Теннисной академии — это масштабный проект, рассчитанный на десятилетия.

Как известно, в США находятся лучшие в мире теннисные академии, где учились и учатся чемпионы последних турниров и чемпионы будущего. Этих академий всего несколько, и попасть туда очень непросто, поскольку желающих куда больше, чем учебных учреждений и тренеров, а особенно с высоким уровнем профессионализма. Этот бизнес не подвержен локальным кризисам и политическим изменениям. Студенты едут в академию со всего мира, а богатые родители всегда готовы тратиться на свое чадо. Я говорю об этом, исходя из собственной практики: один из моих знакомых учился в такой академии, и я прекрасно знаю, в какую сумму это обучение обошлось его родителям.

Проект Теннисной академии включает теннисные корты, здание школы, гостиницы с ресторанами и магазинами, ста-

дион, жилой комплекс с бассейном, частные дома для богатых и привилегированных студентов, взлетную полосу для частных самолетов и многое другое. Что касается размера инвестиций, цифра начинается от 50 миллионов долларов и выше.

Страховые компании и банки

Для того, чтобы открыть страховую компанию и перепродаивать различные страховки, потребуется порядка двух миллионов долларов. Разумеется, здесь есть определенные риски, но в целом это очень стабильный и нужный в США бизнес. Он работает, невзирая на кризисы и прочую нестабильность, так как по закону вы обязаны иметь страховку, следовательно, вам ее нужно где-то купить. А поскольку население все время прирастает, то клиенты для страхового бизнеса не переведутся никогда.

Кроме страховой компании можно купить банк. Да, вот так просто — взять и купить банк в США. Есть банки, которые выходят из бизнеса, и их можно купить полностью «под ключ». В моей истории уже есть клиент, который купил банк и успешно работает, выдавая ссуды, кредиты, ипотеки и прочее.

Спортзалы и тренажерные залы

В Америке невероятно популярны спортзалы и фитнес-клубы. Для получения внятного дохода в США имеет смысл открывать не один зал, а сеть из 4–6 точек. Что, в общем-то, согласуется с законами рынка относительно любых сфер деятельности: если одна точка будет баражлить по какой-то причине, но она будет иметь определенное, допустим, стратегическое значение, то остальные 4–5 точек с легкостью «вытянут» на себе весь бизнес в целом.

К слову, имеет смысл не просто открыть стандартный зал, а сначала изучить рынок как следует. На сегодняшний день

в огромном количестве представлены залы для, скажем так, простого народа (или, как их называют качки, «дрыщей»). Они приходят пару раз в неделю покрутить педальки на велотренажере, попрыгать и потягать пару гантелеек. А вот залов с упором на качков, для которых сами тренировки и «кач» — это стиль жизни, не так много.

По сути, залы для качков — это бутиковый формат. Здесь в первую очередь, важна не площадь в тысячу квадратов, а атмосфера. В таких местах они могут, что называется, «оторваться» по полной, покидать железо или провести какой-то небольшой турнир для удовольствия, и при этом не распугать офисных «хомячков» своими брутальными выходками и криком.

Для открытия такого бизнеса вам потребуется тщательное изучение всех деталей и особенностей этой среды.

Сеть парикмахерских

В США beauty-сфера разделяется на два направления: barbershop — это парикмахерские для мужчин, куда они приходят стричься, бриться и так далее. И beauty-salon — салон красоты с огромным перечнем услуг и возможностей. Поскольку в Америке на первой линии есть сезонность, с июня по август в таких салонах практически зияющая пустота по части клиентов. Но если обратим внимание на так называемые рабочие-крестьянские кварталы, то увидим, что там в салонах красоты порой толпятся очереди, так как самих салонов в таких районах немного. И если вы запустите сеть из 5–6 точек, можете быть уверены, что ваш доход будет стабильным и круглогодичным. У меня самого были салоны и парикмахерские в Америке. И после нескольких лет управления подобными заведениями я могу вам точно сказать, что в этом бизнесе при правильном подходе и расположении точек можно неплохо зарабатывать.

Так чем же заняться?

Подводя итоги этого раздела, скажем: если вы собираетесь заниматься бизнесом в США, вам следует учитывать особенности, связанные с сезонностью, туристическим потоком и местоположением в конкретном городе.

Поэтому, имея от 500 тысяч до 1 миллиона долларов инвестиционных средств, целесообразно развивать направления, ориентируясь на средний и бедный класс. Ведь их представители проживают здесь постоянно, без выездов и путешествий. Иначе говоря, ориентируйтесь на районы, расположенные на 5–10 км и дальше от береговой линии. А можете построить глобальный бизнес, который не привязан к конкретной географии.

Как вы понимаете, обо всех рабочих моделях и особенностях каждого направления в одной книге не рассказать, ведь она тогда переросла бы в многотомное собрание сочинений.

Гарантии в бизнесе в США

*Если тебе нужна гарантия, то пойди и купи себе тостер.
Американская поговорка*

Когда вы в мире бизнеса заикаетесь про гарантию на территории США, то это показывает вашу неопытность и то, что вы еще не знакомы с той страной, куда попали. Единственное место, где вы сможете услышать про гарантию в бизнес-кругах, это, скорее всего, будет не очень порядочная организация или мошенники, которые могут вам что-либо гарантировать в США.

Например, если вы придете к адвокату в Америке и спросите про гарантии, то на вас будут смотреть совсем по-другому

и, скорее всего, даже не станут с вами работать. В лучшем случае — просто посмеются. Также в любой бизнес- сделке гарантировать вы можете не результат, а какие-то тактические и поведенческие ситуации. Например, если вы вносите какой-то залог за покупку недвижимости, допустим, то при каких-то форс-мажорных ситуациях вы сможете получить свой депозит назад. Но если все будет выполнено по контракту.

Опять-таки, нет гарантий. Есть какие-то условия, которые должны быть выполнены, чтобы вы получили свои деньги назад. И если со стороны, например, того же самого продавца дома выступил грамотный юрист, то он составит контракт так, что ваша гарантия возможно будет аннулирована при определенных ситуациях и обстоятельствах. И это будет также аннулировано, если пройдет срок, оговоренный в контракте.

Тем более, слово «гарантия» не подходит ни в каком случае при запуске в бизнесе и любых начинаний в сфере деятельности предпринимателей. Например, я в тот момент, когда сталкиваюсь с такими вопросами, могу гарантировать результат только в том случае, если никто кроме меня не притрагивается к бизнесу и не принимает никаких стратегических решений. На что многим из моих соотечественников пойти практически невозможно. Самому разруливать все варианты, не имея на это опыта, — это просто-напросто привычка. Поэтому, если вы хотите получать гарантированную прибыль на вложенные деньги, то можете вложить их в банк под 0,02% по текущему курсу.

Единственное, что существует в США, — это контактные договоры, где оговариваются все пункты. В них пытаются описать максимальное количество форс-мажоров и варианты поведения, если такие произойдут. Но гарантий от людей профессиональных, которые занимаются своим делом и на это и живут, вы маловероятно получите. Тем более если этот труд вовлекает время, то есть если вы хотите получить гарантию

на возврат денег после того, как человек потратил свое время на выполнение какой-то задачи. Есть факторы, за которые человек просто не может отвечать. Например, если вы просите юриста гарантировать вам свою эмиграцию, то вы должны понимать, что вы просите. То есть вы хотите, чтобы он контролировал офицера в иммиграционном центре, который сидит в другом штате и принимает решение на основании всех тех бумаг, что он прописал.

Повторюсь: гарантии вам могут дать только аферисты или мошенники, которые не имеют понятия, чем они занимаются. Опять-таки, вы должны понимать, что здесь не существует взяток, нет знакомств и никого не «подмажешь», и ни с кем не договоришься. В бизнесе вам также никто не даст никаких гарантий.

После подписания соглашения никто никому уже не нужен

Я слышал про истории, где человек, продающий какое-то оборудование, гарантировал покупателю работу, потому что продавец куда-то кому-то позвонит. Но все это заканчивается обычно подписанием соглашения, покупкой и переводом денег. После этого никто никому уже не интересен. Поэтому, чем раньше вы забудете такое ругательное слово как «гарантия» в бизнесе, тем легче вам будет здесь полноценно им заниматься.

Арест в качестве моральной компенсации

Также есть случаи, когда люди пытались выбить свою гарантию, и не подозревали, что она существует у адвокатов в Америке. Была ситуация, когда человек, не получив от своего

миграционного адвоката такого результата, на который он рассчитывал, пришел угрожать ему и требовать назад деньги с моральной компенсацией. Значит, денег он не вернул, но как моральную компенсацию от адвоката он получил арест и последующую депортацию без шанса вернуться на территорию этой страны. Поэтому будьте очень аккуратны со своими требованиями, будьте рассудительны.

Вы должны понимать, что здесь есть уже рабочая система, которая работает сотни лет. Вы, скорее всего, приехали из страны, где была последняя революция всего лишь каких-то три десятка лет назад.

То есть бессистемность позволяет людям требовать что-то и каким-то образом это получать. К сожалению, а может и к счастью, здесь это не так. Поэтому настоятельно рекомендую вам быть осторожными с требованиями гарантий и их выбиванием, потому что это может быть чревато последствиями и в бизнесе, и в личной жизни.

Секрет сарафанного радио

*Верный способ начать что-то — бросить говорить
и наконец начать делать.*

Уолт Дисней

В попытках понять сознание человека, который нажимает кнопку «Share», мы ознакомились с несколькими интересными кейсами вирального маркетинга.

История про необычную сосисочную

Два парня решили в Нью-Йорке открыть сосисочную на улице, где уже работало много подобных заведений. Чтобы выде-

лись, они начали делать необычные хот-доги: заворачивали сосиску в жареный бекон, потом накрывали хот-дог ломтиком сыра и отправляли его в жаровню на 30 секунд, а сверху посыпали луком и яйцом. Они были очень вкусные. Рядом с ними была забегаловка-коктейльная, и подобных баров также было много на той улице, поэтому дела шли совсем плохо. И что сделали владельцы? Они нашли у знакомых красную телефонную будку 30-х годов и поставили ее у себя в сосисочной. Вход в бар заколотили. И сейчас ситуация следующая: прежде, чем войти в бар, клиент заходит в эту телефонную будку, которая стоит в углу, садится в нее и набирает цифру 2 на телефоне. Там у него спрашивают, заказан ли столик.

На что клиент отвечает «Заказан», и в этот момент, с другой стороны будки, открывается потайная дверь в сам бар, который называется «Please don't tell». Это оказалась очень успешная концепция. В баре нужно бронировать столы заранее. Они принимают с 15:00, и уже с этого времени дозвониться туда нереально. В заведении всего 40 мест, и клиенты, приходя туда, сидят и выпивают там до утра. Сейчас это очень успешное заведение. Мораль здесь в том, что люди любят участвовать в чем-то недоступном. И очень важно в этой истории не то, что это прикольная виральная механика, а то, что они делают вещи, о которых постоянно говорят.

История о лимонаде компании «Snapple»

Еще один успешный пример виральной механики придумала компания «Snapple», которая продвигала лимонад в Америке. Чтобы люди начали говорить и рассказывать о лимонаде, компания начала печатать маленькие анекдотики или прикольные выражения на крышках. Это не работало. Тогда они придумали другую фишку. Человек идет на заправке за «Snapple» и, пока ему заправляют машину, он берет лимонад. На обратном пути он

открывает бутылку, а там, на крышке написано: «А вы знаете, что стеклянные шарики выше отпрыгивают от бетонного пола, чем резиновые?», к примеру. Вам покажется это странным, но, когда человек садится в машину, он задумывается над прочитанным и задает вопрос всем сидящим в машине. Люди сразу начинают вовлекаться в эту игру, и спрашивают, откуда ему это стало известно. На что водитель отвечает, что прочитал на лимонаде.

История о чизкейке за 100 долларов

Есть еще один интересный пример: обычный чизкейк в Нью-Йорке стоит 5 долларов. Одно заведение стало продавать его за 100 долларов с различными дополнительными ингредиентами: трюфелями, крабами и т.п., и пустили слух, что это тот самый бар, куда ДиКаприо ходит чизкейк поесть за эту сумму.

Даже, если ты не ел это лакомство там, ты все равно будешь о нем рассказывать. Все газеты, типа New York Times, туда приехали, сделали репортаж, и бар получил бесплатное продвижение.

Так вот, для того, чтобы заставить людей говорить о вас, надо сделать то, о чем они скажут: «Это те самые ребята, которые сделали...». Ведь согласно исследованиям, 40% общения со своими знакомыми (как в США, так и в СНГ) люди посвящают рекламе каких-то товаров и услуг.

Хочу отметить, что сейчас модно партнерство в бизнесе. А я считаю, что лучший партнер — это ваш клиент, который и является большим потенциалом для продвижения вашего продукта. Самые ценные клиенты — это те, которые рассказывают о вас. И здесь мало придумать классный продукт, нужно продумать все эти детали, механизм действия и маленькие частички продвижения.

Я очень надеюсь, что те, кто желает открыть свой бизнес в США, прочитав эту главу, смогли найти все ответы на вопросы

сы, которые им были интересны. Я разложил все по полочкам и сделал акцент как на преимуществах того или иного направления в бизнесе, так и на недостатках. Правильно выбирайте идеи и к каждой из них подходите профессионально, и тогда у вас все получится. Помните: Америка каждому дает возможность начать бизнес с нуля и развивать его. Станьте одним из тех, кто уже давно и успешно ведет свою предпринимательскую деятельность в США.

Глава 6. Инфобизнес

Что такое инфобизнес?

В современном мире одна из самых важных ценностей — это знания. Именно они способствуют развитию личности, а также помогают реализовать себя, достичь высот и стать успешным. Они помогают открыть свой бизнес и удачно его развивать. Иногда знания более важны, чем талант, владение навыками и умение применять их на практике. Всем известно, что «тот, кто владеет информацией, владеет миром».

В интернете все чаще можно увидеть слова «инфобизнес», «инфопродукт». Рядом с ними — «успех», «финансовая независимость», «заработка», «прибыль». Эти термины вызывают интерес, они привлекают и интригуют пользователей. Но мало кто знает, что же на самом деле они означают.

Если говорить простыми словами, инфобизнес — это продажа информации. Это передача тех самых, невероятно важных в современном мире знаний за деньги. Это может быть обычная школьная программа (например, математика или биология), искусство, дизайн, маркетинг, кунг-фу и даже секретное ноу-хау, которым владеют единицы.

Конечно же, современному пользователю доступны базовые знания математики и биологии. Их можно найти в учебниках, видео-уроках и на специальных сайтах. На этом много не заработаешь. А вот таинственное ноу-хау действительно может быть прибыльным. Это говорит о том, что чем ценнее информация, которую вы продаете, тем успешнее будет ваш бизнес.

Конечно же, глупо верить в то, что инфобизнес — легкий способ заработать. На самом деле он требует невероятных усилий. Кроме того, стоит обратить внимание на такие личностные качества:

- желание учиться и узнавать что-то новое;
- терпение;
- дальновидность;
- готовность много работать;
- креативность;
- целеустремленность;
- вера в свои силы.

Ни в коем случае не стоит бояться трудностей и бросать все на полпути. Вы должны анализировать каждый свой шаг. Если у вас что-то не получается, подумайте, что именно вы делаете не так и что можно изменить. Инфобизнес принесет вам отличную прибыль, если вы упорно будете идти к своей цели. Многие люди путают эту сферу с МЛМ (многоуровневым маркетингом). Некоторые сходства есть, но все же это разные вещи. В инфобизнесе главное — это информация. МЛМ, в свою очередь, является сетевым маркетингом. Он связан с реализацией товаров и услуг.

Инфопродукт — это знания, опыт, информация, которая представлена в определенном виде. От этого вида и зависит

его стоимость. Он передается от одного человека к другому несколькими способами. Инфопродукт имеет несколько направлений.

Это может быть специальный тренинг, который раскрывает определенную тему. Также инфопродукт может быть направлен на повышение квалификации: усовершенствование навыков, обретение новых знаний и умений в интересующей сфере. Популярностью пользуется также переквалификация. Она отлично подойдет людям, которые получили высшее образование и не хотят работать по специальности. Или же тем, кто решил сменить вид деятельности. Для каждого из этих продуктов найдется свой покупатель.

Разновидности инфопродуктов

У людей, которые решили заняться инфобизнесом, возникают вопросы: «Как выбрать подходящий продукт?», «Как он должен выглядеть?». Давайте же в этом разберемся.

Существуют такие инфопродукты как:

- книги;
- видеозаписи;
- аудиозаписи;
- мастер-классы и семинары;
- тренинги;
- вебинары;
- консалтинг;
- коучинг;
- вспомогательные инфопродукты.

Книги

Это один из наиболее простых способов, который поможет передать ваши знания и мысли потенциальному клиенту. Книга поможет дать основы и передать понимание конкретной проблемы. Благодаря ей люди смогут достичь определенных целей и увидят конкретный результат.

Если речь идет о бесплатной электронной книге, то чаще всего она носит общеинформационный характер. В ней могут содержаться некоторые практические советы. Нередко в ней приводятся также пошаговые конструкции с лаконичным пояснением всех пунктов. Книга может произвести впечатление, если она мотивирует читателей.

Если же мы говорим о полноценном информационном продукте, который собираемся продавать, то качество изложения информации должно быть на высшем уровне. Эта бумажная или электронная книга должна давать читателю ценную и проверенную информацию. Покупатель должен получить знания, которые исчерпывают определенную тему. Стоимость книги может варьироваться от нескольких долларов до несколько тысяч. Но если сравнивать этот продукт с другими, то он находится в одной из самых низких ценовых категорий.

Видеозаписи

Эти продукты имеют несколько разновидностей

- **Видеопрезентация.** Заключается в совмещении визуального ряда и аудио. Создать такой продукт без проблем можно с помощью базовой программы Microsoft Office Power Point, а также других программ, позволяющих записывать видео с экрана монитора. Одной из наиболее

популярных является Camtasia Studio и другие удобные для работы аналоги. Простыми словами: вы создаете красивую презентацию, раскрывающую определенную тему, и включаете запись. Мы считаем, что наиболее эффективным вариантом будет комментирование слайдов презентации с текстом, иллюстрациями, графиками, диаграммами и таблицами.

Таким образом, вы поможете зрителю быстро вникнуть в тему и почерпнуть важную информацию.

- **Живое видео.** Оно предусматривает присутствие человека в видео. Такой метод окажется эффективным, если вы хотите продать информацию, например, о фитнесе, йоге или танцах. Конечно же, закадровые комментарии и рассказы не окажутся полезными в данном случае. Необходимо, чтобы тренер показывал определенные движения или асаны.
- **Скринкаст.** Такое видео создается по той же технологии, что и видео-презентация. Только здесь записывается не презентация, а определенный набор действий на компьютере. Этот продукт поможет передать знания о работе со специализированными программами, например, с Photoshop или Lightroom.

Аудиозаписи

Инфопродукт может состоять из аудиоподкастов. Подобные продукты отлично продаются. Но чаще всего их используют в мягких нишах. Почему? Я считаю, что одной аудиозаписи мало для того, чтобы научить человека танцевать, шить одежду,

создавать сайты или обрабатывать фотографии. Этот продукт отменно влияет на психологию. Он эффективен в борьбе с курением или депрессией, а также в повышении самооценки и переосмыслении ценностей.

Мастер-классы и семинары

Это виды живых выступлений перед аудиторией. Семинары проводятся в конференц-залах или любых других помещениях. Для того чтобы собрать большое количество слушателей, необходимо обладать организаторскими способностями, а также уметь афишировать предстоящее мероприятие. На мастер-классах специалисты делятся своими умениями и навыками, демонстрируя их. Это делает выступление более живым и интересным.

Семинары и мастер-классы невероятно эффективны. Они позволяют взаимодействовать с аудиторией, получая обратную связь. Кроме того, вы передаете знания и умения здесь и сейчас. Я считаю, что это очень важно как для того, кто продает инфопродукт, так и для того, кто его покупает. Выступление можно записывать, что поможет заработать в будущем. Это непременно заинтересует людей, которые не смогли присутствовать на мероприятии, но хотели на него попасть.

Вебинары

Это разновидность веб-конференции, проведение презентаций или онлайн-встреч с помощью интернета. По сути, это обучающее корпоративное онлайн-совещание или онлайн-занятие. Оно требует технической и психологической подготовленности высокого уровня.

Вебинары проводят в специальных вебинарных комнатах. С их созданием помогут специальные интернет-сервисы:

Wiziq, Webinar.fm, Expertsystem. Чаще всего вебинары записываются. Плюс этого состоит в том, что для того, чтобы заработать, необходимо провести один качественный вебинар, который заинтересует потенциальных клиентов. Если вебинар записать, он превратится в отличный инфопродукт. При этом, он продолжит существование, и вы сможете заработать деньги, не прикладывая новых усилий.

Тренинги

Имеют такие разновидности:

- **Тренинг в коробке** — пошаговые задания, уроки и инструкции, упакованные в так называемую «коробку».
- **Автоматический онлайн-тренинг** — предусматривает предварительную подготовку уроков и материалов. Человек, который купил данный тренинг, постепенно проходит обучение, выполняет необходимые задания и даже пишет отчеты. Только после прохождения одного занятия он получает доступ к следующему.
- **Групповой тренинг.** Его также называют закрытой мастер группой. Создается путем закрытой группы в социальных сетях, чата или раздела на сайте.
- **Выездной тренинг.** Может проходить в лесу, в горах, на побережье, в другом городе или стране. Чаще всего выбор места зависит от тематики мероприятия.

Тренинги — один из самых эффективных инфопродуктов. Они пользуются спросом и среди покупателей, и среди тех, кто занимается бизнесом. Данный вид мероприятия ведет людей к определенной цели. Все благодаря отличному уровню мотивации.

Консалтинг

По сути, это платные консультационные услуги. Стоимость берется за каждый час работы. К этому виду инфопродуктов относятся консультации всех типов. Это может быть юридическая услуга или посещение семейного психолога. В наше время популярностью пользуются онлайн консультации. Они успешно проводятся по Скайпу. Оплата принимается в электронном виде.

Конечно, психолога лучше посещать лично. Но если кто-то хочет разобраться с интересующим вопросом, можно воспользоваться и онлайн-консультацией.

Коучинг

Может быть двух видов:

- **индивидуальный;**
- **групповой.**

Относится к высокому ценовому сегменту. Это вполне оправдано. Ведь данный вид инфопродукта предусматривает личное участие автора для консультаций. Специалист использует индивидуальный подход к каждому из клиентов.

Вспомогательные инфопродукты

К ним относятся наборы графики. К примеру, кисти или эшены Photoshop, пресеты Lightroom, различные полезные плагины и скрипты. Они созданы для того, чтобы облегчить клиенту выполнение технических задач.

Это только одна из классификаций инфопродуктов. Их невероятно много. Все это свидетельствует о том, что мир инфо-

бизнеса невероятно разнообразен и интересен. Для того чтобы повысить эффективность и увеличить доход, необходимо совмещать разные типы продуктов.

Это касается как платного, так и бесплатного контента. Чем разнообразнее и необычнее он будет, тем больше вы понравитесь клиентам. Это поможет привлечь новую аудиторию и заработать хорошую репутацию.

Вы можете посвятить себя исключительно книгам или видеоматериалам. Но этим вы ограничите свой доход, влияние и развитие.

Запуск воронки продаж

В наше время только ленивый не говорит о воронке продаж. Каждый мечтает о том, чтобы уровень продаж в его бизнесе постоянно увеличивался, а прибыль постоянно росла.

Но для того, чтобы запустить эту самую воронку, нужно постараться. На старте инфобизнеса все сталкиваются с проблемами, которые никто не может решить кроме них самих.

Например, какой именно продукт стоит рекламировать, чтобы увеличить число подписчиков, стать популярным, успешным и богатым?

Как создать продукт, который привлечет потенциальных клиентов — тех, с кем вам интересно будет работать и тех, кого действительно захочется обучать? Как запустить автопилот продаж?

На вас просто так с неба не упадет успех и богатство. Воронка продаж — это результат проделанной работы. Серьезной и довольно сложной работы. Если вы не хотите ею заниматься, к сожалению, о продажах не может быть и речи.

Прежде чем создавать воронку, необходимо определиться, с чем именно вы хотите работать. Да, интересно быть раз-

носторонней личностью и одновременно увлекаться многими вещами. Но в бизнесе эффекта от этого никакого не будет.

Вы должны посвятить себя определенной теме. Если вы вникнете в нее с головой, узнаете что-то интересное, научитесь чему-то новому и уникальному, то с легкостью сможете передать свои знания другим. Слушатели и зрители всегда видят, насколько хорошо «продавец» знает материал.

После этого я рекомендую определить конкурентов. Можно даже выписать их в отдельную таблицу. Следует проанализировать то, что именно они предлагают клиентам и как они это делают. Вы должны остановиться на достоинствах и недостатках предложений других компаний. Это поможет создать идеальную технологию и найти целевую аудиторию, с которой вы будете работать.

У вас должен быть свой идеальный клиент. Если вы сами не понимаете, для кого создаете свой продукт, никто и никогда у вас ничего не купит. Этот фактор невероятно важен и его сложно переоценить. Без этого не получится создать инфобизнес и запустить воронку продаж.

Если вы закроете на это глаза, то через некоторое время у вас возникнет вопрос: «Почему же у меня ничего не получается?» Вы начнете думать о том, что делаете все, как нужно: у вас есть свой продукт, вы выстроили продажи, но денег так и не получили... как так?

Воронка продаж строится на трех факторах:

- тема инфобизнеса;
- аватар идеального клиента;
- основной оффер (основа бизнеса, его стержень).

Если вы определитесь с этими вещами, перед вами сразу же появится картинка того, что именно вы хотите делать и кого хотите обучать.

Конечно же, вы хотите заработать много денег. Но прежде чем начинать продавать, стоит создать бесплатный продукт. Безусловно, любой труд должен быть оплачен. Но этот бесплатный продукт поможет привлечь аудиторию и собрать подписную базу. Назовем его бонусом или подарком. Он непременно понравится подписчикам.

Обратите внимание на то, что страница в социальных сетях или рассылка писем должны быть максимально лаконичными и простыми.

Человек, который видит аккаунт, четко должен понимать, что именно ему предлагают и чем ему это будет полезно. Сообщите всем, что вы раздаете приятные бонусы за подписки. От подарков никто не любит отказываться. Я гарантирую, что это сработает. Интересным вариантом привлечения станет видео. Оно работает в разы лучше, чем текст.

После того, как у вас появилось достаточное количество подписчиков, переходите к созданию продающего сайта. Недорогой и привлекательный продукт станет отличной ловушкой, которая превратит подписчика в клиента и принесет вам прибыль.

Конечно же, продукт должен быть готов. Он должен быть полезным и интересным для вашей аудитории. Потенциальный клиент должен быть убежден в том, что он ему действительно нужен.

Следующий шаг — создание серии писем для авторассылки. Их задача — подводить людей к покупке бек-енд продукта. Также необходимо создать серию писем для тех, кто уже стал вашим клиентом. Вы сможете предлагать ему новые интересные продукты.

В воронке главное не то, что именно вы продаете, а как вы это делаете. Вы должны использовать актуальные техники продаж на вебинарах, живых выступлениях и даже в разговорах по телефону с клиентом. Все это превратит попытки заманить

покупателей в искусство преподнести инфопродукт так, что его захотят приобрести даже конкуренты.

Сейчас очень сложно найти человека, который не зарегистрирован в социальных сетях. Каждый день в Periscope, Facebook и Instagram миллионы людей ежедневно проводят огромное количество времени. Почему бы не превратить их в своих покупателей?

Воронка продаж — это невероятно важный инструмент. Но он не сможет стать эффективным, если вы не настроите другие составляющие бизнеса. Все должно работать в комплексе. Для этого понадобится немало времени и усилий. Но если вы сделаете все необходимое, то очень скоро сможете наслаждаться заработком на автопилоте.

Оффер — убойное предложение

Основа любого бизнеса — оффер. Это уникальное торговое предложение. Нередко маркетологи и предприниматели допускают ошибку во время создания торговых предложений. Они в полной мере не концентрируются на создании уникального предложения, которое удивит всех. А это невероятно важно!

Существует несколько советов, которые помогут создать убойное УТП:

- в названии инфопродукта используйте фразу, которая сообщит клиенту о результате, который он получит;
- прилагайте к продукту бонусы — такое предложение непременно заинтересует потенциальных покупателей;
- делайте скидки и распродажи — это существенно увеличит уровень продаж;

- изначально вы должны подготовить потенциального клиента к офферу. «Пока вы не заставите людей плакать, они не будут у вас ничего покупать» — великолепная цитата Дейва Ван Хуза;
- в свои продукты вы должны включить гарантию и взять на себя все риски.

Если хотите видеть результат, воспользуйтесь этими советами. Я уверен, что они работают!

Преимущества и недостатки инфобизнеса

Инфобизнес постоянно развивается. С каждым днем он становится все более популярным. Он имеет множество плюсов, но вместе с этим в нем есть и минусы. Давайте же поговорим о них.

Преимущества инфобизнеса

Возможность старта с небольшим бюджетом. Чтобы открыть свой бизнес уже сегодня, достаточно иметь всего пару сотен долларов. Можно обойтись и без стартового капитала. Но в таком случае бизнес будет развиваться медленнее. При этом работать можно прямо у себя дома! Не нужно брать офис в аренду или покупать помещение, мебель и все необходимое.

Вы не будете привязаны к графику — работайте в любое время, когда вам удобно.

1. Старт бизнеса не требует больших вложений сил и времени.

2. Вам не нужно собирать документы, разрешения и согласования для открытия бизнеса до того времени, пока у вас не появится большой доход. Вам не нужно ничего регистрировать.
3. Вы можете начать инфобизнес, не отказываясь от текущей сферы деятельности.
4. Никаких рисков утраты бизнеса нет.
5. Для того чтобы создать продукт, вовсе не нужно оканчивать специальные курсы или осваивать специальную технику.
6. Доходность. В Интернете нет такой деятельности, которая сможет приносить такие деньги, как инфобизнес. В США опытные предприниматели зарабатывают по 200–500 тысяч в месяц. Многие из них проводят не только онлайн-семинары, а и встречаются с клиентами вживую, пытаясь научить их создавать свой бизнес.
7. Саморазвитие. Предприниматели всячески пытаются улучшать продукты и продвигать их. Этому способствует повышение знаний. Вы сможете узнавать новое не только в той области, которой посвятили бизнес, но и в других — написание статей, создание сайтов, монтаж видео, обработка фотографий, знание языков и так далее.
8. Независимость. Вам не нужно подстраиваться под начальника, которому постоянно все не нравится. Он не будет получать деньги, которые честно заработали именно вы. Теперь единственный начальник — это вы!
9. Пассивная прибыль. Создание инфопродукта невероятно выгодное. Прибыль от первого продукта может приходить на протяжении многих лет. Информация будет пользоваться спросом еще очень долго, если она качественная и актуальная. При этом необходимо поддер-

живать аудиторию — высыпайте свежие статьи, заметки, видео. Можно выпускать и новые товары. Все это можно создавать с помощью фрилансеров. Главное — контролировать их работу и направить ее в нужное русло.

Недостатки инфобизнеса

1. Сложный старт. Довольно непросто решиться начать. Ведь многие думают, что у них нет огромного стартового капитала, необходимых знаний и времени. К тому же, не все готовы к трудностям и проблемам. Какой же продукт продавать? А как его потом продвигать? А что, если не получится? На самом деле, если вы начнете, то поймете, что все это не так уж страшно. Главное — действительно верить в свои силы и想要 заниматься бизнесом.
2. Сложно удержаться на плаву. Иногда происходит так, что первый продукт оказался невероятно успешным. Но на этом все закончилось. Поэтому важно работать над своей репутацией. Необходимо создавать новые продукты, которые понравятся клиентам. Предлагайте новую интересную информацию, усовершенствуйте способы ее подачи.
3. Маленькая защита от плагиата. Если вы проводите тренинг, и он оказался качественным, вы сможете отлично заработать. Но как защитить себя от того, что кто-то запишет ваше выступление и выложит его в интернет? Ведь если это случится, вы потом не сможете зарабатывать на своих же продуктах. Необходимо защитить свои знания от бесплатного распространения.

Как вы видите, инфобизнес довольно многогранен. Он имеет множество важных плюсов и минусов. Плюсы вселяют уве-

ренность. Минусы могут многих напугать. Но если тщательно все продумать, они окажутся мелочью.

Реклама и развитие бизнеса

Безусловно, реклама — один из наиболее важных инструментов инфобизнеса. Именно она поможет привлечь аудиторию, заинтересовать клиентов и заработать деньги. Помните, что вы продаете информацию. По сути, нет никакой себестоимости продукта. Есть его создание и реклама. Необходимо постоянно развивать бизнес. Все любят интересные новинки и необычные форматы подачи информации.

Именно поэтому реклама и развитие невероятно важны.

Если вы не продвигаете продукт, о нем никто не узнает.

Существует несколько способов эффективной рекламы и развития инфобизнеса:

- 1. Контекстная реклама.** Самые популярные инструменты — Google Ads и Яндекс Директ. Она постепенно становится все дороже и дороже. Это связано со стремительным увеличением конкуренции. Несмотря на это, работать с этими инструментами нужно. Ведь пользователи ищут решение проблем в поисковых запросах.
- 2. Расширяйте ключевые слова.** Не стоит постоянно использовать одни и те же популярные и распространенные ключи. Эффективности от этого никакой не будет. Если же использовать уникальные ключи, трафик увеличится, и он будет более дешевым.
- 3. Запуск объявлений.** Обратите внимание на то, что необходимо запускать одно объявление на один ключевой запрос. Благодаря этому поисковик выделит запрос жирным шрифтом. Это позитивно влияет на кликабельность (ctr).

- 4. Необходимо анализировать все ключевики в Яндекс Метрике.** Обращайте внимание на то, какие именно объявления приносят вам подписчиков и увеличивают продажи. Если некоторые из объявлений не дали результата — вы можете понизить на них ставки или вовсе отключить.
- 5. Таргетированная реклама в социальных сетях.** Она помогает донести важное сообщение именно до тех людей, которым это действительно будет интересно. Она позволяет увеличить продажи и уменьшить негативное влияние рекламы.
- 6. Развитие аккаунта методом привлечения новых подписчиков в социальных сетях.** В наше время это один из популярных, эффективных и любимых способов предпринимателей, который помогает сделать бизнес более успешным. Это не значит, что нужно пользоваться услугами компаний, которые за определенную сумму существенно увеличат число подписчиков. Возможно, один из этих новых подписчиков когда-нибудь что-нибудь у вас и купит. Но это скорее исключение, чем правило.

Новые «искусственные» подписчики — совершенно не то, что вам нужно. Вы просто зря потратите деньги. Вам необходимо привлекать целевую аудиторию, людей, которым действительно интересно то, чем вы занимаетесь, тех, что захочет купить ваш продукт. Поэтому стоит уделить внимание контенту.

Создавайте качественный оригинальный контент, который интересует ваших подписчиков. Общайтесь с людьми, задавайте им вопросы, делитесь советами и мыслями, выкладывайте красивые фотографии, проводите розыгрыши. Все это привлечет именно тех, кому вы захотите передать свои драгоценные знания.

В США используют совершенно не такую стратегию, как в России, Украине и в других странах СНГ.

Американцы нацелены на длительный результат. Они запускают рекламу на один, два, три, пять или даже на несколько десятков лет вперед. Их не интересует способ, который поможет увеличить количество подписчиков на один день. Они концентрируются на будущем.

Блог. У каждого уважающего себя предпринимателя есть блог или канал на YouTube. На этом ресурсе можно делиться опытом и знаниями в интересном формате. Он создает эффект присутствия. У подписчиков складывается впечатление, что они знакомы с вами.

Вы можете совмещать истории из личной жизни с продуктом, который продаете. Таким образом, вы ненавязчиво будете рекламировать свой продукт, а также заинтересуете старых и новых клиентов.

К счастью, существует множество вариантов рекламы и развития инфобизнеса. Я с вами ими поделился. Вы можете выбрать для себя тот, который понравится именно вам. Но помните, что эффективным будет использование нескольких способов.

Истории об инфобизнесе

Григорий

На своем канале YouTube он делится мыслями по поводу эмиграции и инфобизнеса, которому, по его мнению, не дают нормально развиваться с России.

У Григория был горький опыт с ведением бизнеса в родной стране. Его компания развалилась, и он чуть не попал за решетку. Он решил создать ресурс, с помощью которого в настоящее время помогает преследуемым в России предпринимателям уе-

хать за границу. Если у кого-то не получилось создать бизнес на родине, это не значит, что у него не получится стать успешным предпринимателем в США.

По словам Григория, из тридцати человек, которые переезжают в месяц, так или иначе воспользовавшись консультационной помощью его компании, трое — предприниматели, и на них заведено уголовное дело, им угрожали силовики.

Он делится своими мыслями об инфобизнесе: Григорий считает, что у каждой темы есть свои слушатели. Вы можете сидя дома у компьютера рассказывать о восточной психологии, о джиу-джитсу или о чем угодно, что вам интересно. Люди, которые обладают уникальными знаниями, продают их.

Если вы специалист в какой-то теме, зарабатывайте на этом! Для Америки это абсолютно нормально. В этой стране это действительно популярно. За час вы сможете отлично заработать. Вам будут платить минимум 20 долларов в час. Представьте, что у вас 300 слушателей, и это только начало! Со временем эти онлайн-слушатели придут на ваши тренинги или семинары, и вы сможете заработать еще больше.

Константин

Помогает молодым предпринимателям увеличить доход с помощью внедрения новых западных наработок. Много лет назад он услышал об инфобизнесе и понял, что ему это интересно. Сейчас он — успешный и популярный предприниматель, который обожает то, что делает. Константин регулярно проводит вебинары. У него есть свой канал на Ютубе с многочисленной аудиторией. Он стал одним из первых русскоязычных предпринимателей, который запустил свой проект на американский рынок. Его личный рекорд — 20000 долларов с одного вебинара. В настоящее время проживает в Нью-Йорке, откуда управляет своим бизнесом в России и США. Константин проходил обучение у топовых американских экспертов.

Так стоит ли начинать заниматься инфобизнесом?

Решать вам. Но я считаю, что это отличная возможность для всех! В Америке инфобизнес невероятно популярен. Люди пришли к тому, что, обладая уникальными знаниями, можно заработать целое состояние. И они оказались правы!

Примером этого служат истории и опыт предпринимателей, которым удалось заработать миллионы! Они тяжело работали, но добились своего. Они предлагают клиентам интересные инфопродукты, которые помогают развиваться и узнавать интересную информацию. Правильный подход к бизнесу — залог успеха.

Когда-то богатые и популярные предприниматели были на старте своего бизнеса. Они тоже с чего-то начинали. Почему бы не начать и вам?

Глава 7. Финансы

Эта книга станет вашим главным помощником и советчиком на пути к новой жизни. Я готов дать вам пару советов о том, как строить бизнес в Америке. Как правильно приобрести нужный авторитет, не попасть в проблемную ситуацию. Также я посоветую вам виды деятельности, которые вы можете использовать для работы.

Не используйте все свои деньги!

Мы уже говорили о том, что при открытии бизнеса лучше воспользоваться деньгами инвесторов. Я считаю, что этот совет в данной книге просто бесценен. Это один из главных советов, который можно дать. Нужно стараться тратить свои деньги по минимуму. Потому что наличие средств на вашем личном счете является гарантией вашей платежеспособности. Вы хотите открыть бизнес? Сначала сделайте маркетинговый анализ рынка, определите, в каком сегменте нуждается выбранный вами город, регион, штат. Далее вы можете обратиться к администрации города за финансовой помощью, то есть вы можете

предложить проект по развитию чего-либо в городе, и город может профинансировать его.

Также вы можете просить у городских властей рекомендацию в банк для получения финансирования. Тут вам понадобится чистая кредитная история и наличие средств на счету. Кроме того, есть инвесторы, которые могут заинтересоваться вашим проектом и вложить в него средства.

Используя эти варианты, вы сводите свой риск к минимуму, то есть в лучшем случае вам нужно будет показать свою серьезность и немного похлопотать с документами. В худшем случае вам придется внести какие-то деньги в виде *down payment* — первого платежа, дабы показать свою платежеспособность. Но это не всегда требуется. Ваша репутация, наличие чистой и хорошей кредитной истории, стабильные платежи, наличие денег на собственном счете позволяют вам в дальнейшем расширить свою деятельность и кредитный лимит.

С той же ситуацией вы встретитесь при покупке чего-либо, начиная от автомобиля и заканчивая домом. Когда вы приходите покупать машину, например, вас всегда будут стараться проверить на платежеспособность, взяв хотя бы 100 долларов депозита. Это является внутренним правилом. Поэтому, когда вы захотите приобрести любой товар или попросить кредит (финансирования) под развитие бизнеса, потребуется, скорее всего, внести какую-то часть своих средств. Но не вносите всю сумму.

При открытии бизнеса вам понадобится грамотная консультация. За четкими расчетами всех спорных вопросов, ситуаций, которые вы не учли или не просчитали, вам лучше обратиться не к обычному консультанту, который глубоко не вникает в конкретно ваш проект. Лучше обратиться непосредственно к вашему инвестору, который заинтересован в благополучном развитии вашего бизнеса и приложит максимум усилий для правильного его построения.

Куда инвестировать небольшую сумму с пользой для себя?

А теперь давайте перейдем собственно к вопросу, куда же можно с выгодой вложить небольшую сумму денег? Здесь важно четко понимать, что замахиваться на развитие крупного бизнеса не стоит. Поэтому я расскажу вам о нескольких вариантах бизнес-проектов, которые будут интересны и возможно даже прибыльны при небольших инвестициях.

Точки быстрого питания

Имея в распоряжении порядка ста тысяч долларов, можно открыть небольшую точку быстрого питания. В такое направление имеет смысл вкладываться, если вы готовы собственными силами выполнить необходимые ремонтные работы, заняться получением лицензии и решением прочих организационных вопросов. Самое важное, на что нужно сделать упор — это подбор правильного места, так как популярность заведения и ваш доход будут зависеть не только от качества блюд, но и от количества посетителей и отсутствия сезонности. Если вы недавно переехали в США или только планируете переезд и еще не владеете объективной информацией о структуре рынка, вам лучше воспользоваться консультацией эксперта, который поможет вам определить выгодную точку с хорошей проходимостью и высоким потенциалом.

Автомастерская

Еще одним интересным вариантом можно считать небольшую автомастерскую. Однако здесь нужно учитывать, что в данной отрасли существует множество направлений,

эффективность которых напрямую взаимосвязана с местом расположения и размером вашего бюджета.

И если вы неудачно совместите район и сферу по ремонту автомобилей, существует большой риск потерять бизнес и вложенные средства еще до открытия мастерской.

Продажа электронных сигарет

Электронные сигареты являются очень популярным товаром, и эта популярность продолжает расти, так как в мире огромное количество курильщиков пытается избавиться от пагубной привычки, прибегая для этого к всевозможным средствам. Тем более в США, где здоровый образ жизни активно культивируется среди населения. Они настолько популярны, что сейчас мы наблюдаем впервые за всю историю развития, как табачные компании несут серьезные убытки из-за того, что люди активно переходят на электронные устройства. Разумеется, табачные компании стараются идти в ногу со временем и начинают сами заниматься производством и лицензированием электронных сигарет, а потому проблемы с выбором поставщиков, с ассортиментом и получением дохода у вас наверняка не будет. Особенno, если вы сосредоточите свои усилия на открытии не одной точки, а целой розничной сети. Как сказал один успешный американский бизнесмен: «Любой бизнес, создающий зависимость у клиента, — это классный и стабильный бизнес!»

Центры личностного роста, тренинги, коучинг

Этот вариант идеально подходит для людей с психологическим и смежным образованием, прибывшим из СНГ. Он хорош тем, что позволяет обойти существующее законодательство,

которое запрещает практику психологам, не подтвердившим свое образование в США и не получившим лицензию.

Как вы понимаете, учиться в Америке заново и подтверждать квалификацию отнимет массу времени. А это время можно провести с большей пользой.

Итак, если у вас есть диплом психолога и вы разбираетесь в этой отрасли, вы можете открыть центр личностного роста, проводить семинары по НЛП или другим околосоциологическим направлениям, вроде рейки. Или же в качестве гипнотерапевта вы можете проводить сеансы по избавлению от вредных привычек, консультировать депрессивных и так далее. Главное — не позиционировать себя как доктора и не называть то, что вы делаете, лечением. Вы можете позиционировать себя как консультанта, наставника или коуча, который помогает в целом улучшить состояние человека. К вам никто не сможет придраться, так как вы действуете в рамках законодательства, которое не запрещает открывать подобные центры и академии. Еще один плюс такого вида бизнеса — это минимальные инвестиции для его развития. Для открытия центра личностного роста будет достаточно 50 тысяч долларов. Да, сумасшедших денег на этом вы не заработаете, но получать небольшой стабильный доход сможете, начиная уже с первого месяца работы.

Производство органических продуктов

При небольших вложениях хорошим решением будет открытие цеха по производству тех или иных продуктов, которые можно поставлять в супермаркеты. Не секрет, что люди охотно покупают так называемые фермерские или органические продукты, которые не напичканы химией и производятся небольшими партиями, а, следовательно, поступают в магазин свежими и полезными.

Один из наших хороших друзей уже второй год весьма успешно производит «Васин творог». Это органический творог, который стал хитом в местных русских магазинах и дорогих пятизвездочных ресторанах, одним из них является il Mulino в здании Acqualina.

Покупатели говорят, что это лучший творог в мире и регулярно, как говорится, голосуют долларом в пользу этого продукта. В настоящее время бренд «Васин творог» стремительно растет и набирает обороты. К концу года собственник бизнеса планирует расширять производство и открывать филиалы в штатах Нью-Йорк и Калифорния. К слову, вы также можете развивать этот бренд по франшизе, и получить не только доход, развиваясь вместе с популярным брендом, но и визу L-1. Если вас заинтересовало это предложение, приглашаю на собеседование для обсуждения всех деталей.

В этом случае необходимо тщательно изучить розничный рынок, определить потребности покупателей и сконцентрироваться не на одном продукте, а, как минимум, на трех, но из одной отрасли, потому что вы не угадаете, что именно будет пользоваться спросом покупателя и приносить вам доход.

Внимательно изучите ассортимент магазинов, пообщайтесь с соседями и жителями района, определите, каких продуктов не хватает в местных магазинах или качество каких товаров страдает, и вы сможете поставлять продукцию более высокого уровня.

Для открытия подобной производственной линии потребуется небольшое помещение, площадью около 150 квадратов, и инвестиций в пределах 100–150 тысяч долларов. Ну и плюс решение всех организационных вопросов по найму персонала и получению лицензии исключительно собственными силами.

Пиццерия

Еще одним перспективным вариантом для бюджетного бизнеса может стать пиццерия. Пожалуй, пицца — это один из тех продуктов, который пользуется популярностью во всем мире и никогда не выйдет из моды.

В зависимости от выбранного места, а также торговой марки (к примеру, можно использовать франчайзинг) стоимость открытия такого бизнеса может варьироваться от 100–200 тысяч долларов. В этом случае рекомендуется подбирать помещение, в которое ранее уже была встроена кухня, присутствует все необходимое оборудование и оснащение. Кстати, если вам удалось найти отличное место с высокой проходимостью, но оно не оборудовано, поищите пиццерию или другую точку общепита, уже вышедшую из бизнеса и купите оборудование у них. Это позволит вам существенно сэкономить, так как стоимость оборудования, бывшего в употреблении, может снизиться до 1/3 от первоначальной цены и при этом без потери качества этого оборудования.

Кофейни и закусочные на колесах (фуд-траки)

В настоящее время в Америке набирают все большую популярность такие виды бизнеса, как кофейни и закусочные на колесах. В немалой степени это связано с вяло текущим кризисом, так как люди, особенно рабочего и среднего класса, стали меньше ходить в рестораны. Но потребность в еде никто не отменял. Тем более, в таких передвижных закусочных очень часто предлагают вкусные национальные закуски, которые очень нравятся местным жителям.

Если вы как следует изучите рынок, особенности этой деятельности, вкусовые предпочтения и популярные позиции, то сможете получить стабильный и хороший доход. Для открытия такого направления деятельности вам потребуется поряд-

ка двухсот тысяч долларов, которых хватит на приобретение трех небольших закусочных на колесах — это вагончики и микроавтобусы со встроенной кухней. Кроме того, понадобится точка, откуда будут поступать все полуфабрикаты для ваших передвижных закусочных.

Также необходимо получить все необходимые документы и лицензию. Ну а если у вас есть в запасе несколько хитовых рецептов, то вам определенно стоит обратить внимание на этот вид бизнеса.

Маркетинговые агентства и web-студии

Если ваши профессиональные интересы связаны с маркетингом, рекламой или web-разработками, вы можете открыть небольшую студию по разработке и продвижению сайтов, мобильных приложений и маркетинговому сопровождению клиентов. Для открытия такого вида бизнеса потребуется от 50 до 100 тысяч долларов, а дополнительным преимуществом такой деятельности является то, что она не привязана к конкретной точке, и вы с легкостью можете расширить свое присутствие на рынке, работая удаленно с компаниями в различных городах и странах.

Имея маркетинговую кампанию в США, вы можете выйти на рынок стран СНГ, где заграничное всегда считалось и считается лучше. Более того, факт остается фактом, но лучше американцев в маркетинге не разбирается никто, особенно с учетом того, что наш PR по части технологий отстает от мирового уровня на десятки лет, а отечественные маркетинговые гуру в своем большинстве в лучшем случае тупо копируют американские разработки и, не особо вникая в особенности того или иного бизнеса, попросту «пилят» бюджеты.

Открыв маркетинговую кампанию в США и пройдя несколько тренингов по маркетингу у настоящих мировых лидеров, та-

ких как Dan Kennedy, Jay Abraham, Tony Robbins, Grant Cardone, вы получите колоссальные знания самого современного уровня и сможете предложить своим отечественным клиентам то, что не предложит им практически никакой местный маркетолог по части профессионализма, технологий и маркетинговых инструментов. При том, что расстояние никак не влияет на качество работы.

Детские сады

Очень перспективный бизнес, который при расположении в правильном месте может приносить неплохой доход. С учетом того, что новые дети рождаются регулярно, а садов, которые бы удовлетворяли всем требованиям родителей, куда меньше, то детский сад как бизнес-направление является очень интересным и привлекательным делом. Главное – позаботьтесь о том, чтобы избежать сезонности, как это случается в Sunny Isles.

Реабилитационные центры для алкоголиков и бывших наркоманов

Вы удивитесь, узнав, насколько это высокодоходный бизнес, который к тому же активно поддерживается государством. Несмотря на то что его создание и получение всех необходимых документов и лицензий отнимет несколько месяцев, в последующем вы получите эффективно работающее дело. Чтобы не быть голословным, вот вам несколько цифр: за каждого клиента такого центра государство выплачивает центру ежемесячно (!) порядка 20–25 тысяч долларов. А если учесть, что клиенты или их родственники также оплачивают содержание, можете представить, в какие привлекательные суммы это выльется в конечном счете!

Школа танцев, йоги, пилатес

Большой популярностью пользуются студии по различным танцевальным и спортивным направлениям. Вы можете открыть небольшую школу восточных или испанских танцев, или студию йоги, пилатеса, капоэйры и других модных направлений.

Если вы найдете удобное подходящее место и правильно сопоставите ценовую политику с местом расположения, то при должном подходе легко наберете учеников и сможете получать пусть и небольшой, но стабильный доход от проведения занятий.

Квесты

В последнее время в США, Европе и даже странах СНГ активно входят в моду различные квесты. Это тематические развлечения, когда группа людей запирается в помещении на определенное время, за которое участники должны, используя различные подсказки, разгадывать загадки, переходить на новые уровни и выполнять всевозможные задания.

Если к этому подойти с умом и фантазией, продумать различные игровые сценарии, сделать качественное оформление комнат, подобрать реквизиты и так далее, вы с легкостью достигнете успеха, так как людям, особенно взрослым, очень нравятся подобные игры и развлечения. Наибольшей популярностью квесты пользуются у молодежи и студенчества, и это уже дает вам представление о каналах продвижения ваших услуг; например, очень результативным будет продвижение в социальных сетях, университетских форумах и так далее.

Франчайзинг

Если вы опасаетесь развивать какое-то новое направление, имеет смысл купить франчайзинг и зарабатывать, используя успех и популярность раскрученного бренда. Примером такого франчайзинга можно назвать вхождение в сети Макдоналдс, Бургер Кинг и им подобные. В последнее время работа по франшизе становится все более популярной.

Люди охотно открывают свои бизнесы и весьма неплохо на этом зарабатывают без лишних усилий, так как, по сути, они используют уже чужой отработанный годами опыт и практически не рискуют своими вложениями. Для открытия одной точки требуется порядка 50–100 тысяч долларов, а при запуске сети и ее успешной раскрутке вы сможете не только отлично заработать, но и через некоторое время продать этот бизнес с выгодой для себя.

Почему я говорю о том, что выгодный бизнес нужно продать? Потому что на этом подходе построена масса бизнесов в США. Существует множество маленьких и недорогих бизнесов, владельцы которых их открыли, раскрутили, пару лет отработали, получили доход и на подъеме продали, так как никто не знает, будет ли этот бизнес так же успешен и прибылен в последующем. И об этом всегда нужно помнить, чтобы не терять прибыль и не нести лишние риски.

Как американцы делают бизнес и деньги?

Америка — это страна, в которой бизнес делается на лету. Многие не верят, что эмигрант может чего-то достичь в США. Ведь он никого не знает в новой стране и не имеет нужных связей. И уж тем более ему нечего предложить местным жителям. Но существуют примеры из жизни, которые это опровергают.

Стоит упомянуть о двух эмигрантах, у которых по приезду в Америку не было ничего. Они приехали в страну по обычной визе, и у них даже не было транспорта, им приходилось ходить пешком. Сначала они работали в суши-баре простыми поварами, но на данный момент они являются владельцами одной из крупнейших компаний, которая оказывает услуги такси. Они стали миллионерами. Этот пример наглядно демонстрирует тот факт, что все возможно, нужно лишь не бояться и делать качественный продукт.

Как-то мне довелось общаться с шеф-поваром прибыльного ресторана. В их меню есть пицца, но при этом они используют не замороженное, а свежее тесто, которое им готовят поставщик. В Америке настолько развит рынок, что очень большое количество продуктов доставляется в рестораны в полуготовом виде.

Стоит заметить, что тесто является ключевым ингредиентом для пиццы, и мы находились в ресторане, который посещают довольно обеспеченные люди, а не в какой-то второсортной забегаловке. Владельцы этого заведения могут позволить себе заказывать продукты у поставщика, не жертвуя при этом качеством.

Еще один любопытный факт работы этого ресторана заключается в том, что здесь нельзя говорить «нет» клиенту. Если посетитель пришел сюда и сказал, что хочет заказать молочный коктейль, то обслуживающий персонал выполнит это желание, даже если этот напиток не указан в меню.

Я посоветовался с шеф-поваром Джимом по поводу концепции пиццы. Дело в том, что у нас есть семь пицц и возможность менять ингредиенты не предусмотрена. Иными словами, клиент не может составить пиццу по своему желанию, он может выбирать только из представленных вариантов. На что Джим ответил, что если мы будем делать качественный продукт, то успех в любом случае будет нам обеспечен.

Джим даже в качестве примера упомянул о своем лучшем друге, который владеет небольшим ресторанчиком. Он так- же не позволяет ничего менять в своем меню, и его бизнес процветает. Поэтому такой подход может применяться, он работает в Америке.

Еще мы заехали в мексиканский ресторан в Пенсаколе. Там применяют франчайзинговую концепцию, и все их блюда готовятся из ингредиентов, которые проходят нужную обработку на кухне заведения. Они не работают с поставщиками в этом направлении, у них нет замороженных продуктов.

Это разительно отличает заведение от других мексиканских ресторанов, ведь обычно применяются полуфабрикаты.

В этом ресторане гордятся тем, что все блюда во фритюре они готовят на масле канола. Стоит заметить, что в Америке продукты, которые проходят обработку во фритюре, очень популярны, но такие ингредиенты могут быть достаточно вредными. При этом масло канола очень полезное: оно не оказывает такого негативного влияния на организм, как обычное.

В этом мексиканском ресторане я изучил информационную систему. Заметил установленный принтер, из которого поступают чеки с заказами. Сотрудники утверждают, что в особо оживленные дни лента чеков становится очень длинной. Это приводит к тому, что работники иногда начинают путаться. В том случае, если клиент пожалуется, что ему принесли блюдо, которое он не заказывал, то ошибку исправляют моментально, особо не разбираясь в ситуации. Чеки с готовыми заказами накалываются на булавку, поэтому можно сказать, что в этом заведении используется достаточно старомодная информационная система.

Любопытно, что в ресторане все салаты собирает официант, надев предварительно перчатки. Наклеенная лента сообщает время, в которое были подготовлены все необходимые продукты. Это тоже можно назвать некоторым пережитком про-

шлого. В холодном цеху нарезаются овощи, и все ингредиенты проходят нужную обработку. В момент моего визита работало два повара, но максимально на смене могут находиться девять человек.

От владельца ресторана Шона я узнал о том, что его заведение относится к молодой сети. Долгое время это был всего лишь один ресторан, который со временем приобрел известность, что позволило расшириться и открыть еще несколько заведений. Сейчас сеть включает в себя семь успешных ресторанов.

В числе любопытных фактов можно сказать о том, что их рост составляет 3%, они не могут менять меню, а их официанты натренированы для поднятия среднего чека за счет дополнительных продаж.

Шон рассказал мне о том, что их выручка зависит от сезона, но это было ожидаемо. Например, в сезон может быть около 1 000 заказов, а не в сезон — только 50. При этом заведение в любом случае приносит прибыль. Это объясняется тем, что размер аренды меняется в зависимости от сезона. Вне сезона за аренду платить не нужно. Кстати, у нас на родине такая схема, к сожалению, не применяется.

По мнению Шона основная ценность франшизы — это бренд. Их первый ресторан довольно долгое время нарабатывал свою популярность и известность. Теперь можно наблюдать появление различных клонов заведения. Но они и близко не имеют той востребованности, которой обладает этот ресторан. Это напоминает истории многих компаний с наработанной многолетней популярностью. Со временем их начинают копировать, но никому не удается достичь такой же степени успешности.

На примере этого мексиканского ресторана можем наблюдать тенденцию высокого развития франчайзинга в Америке. В СНГ с такой схемой ведения бизнеса ассоциируются только

крупные международные компании, но в США успешно существуют национальные, региональные сети и т.д. Рассмотренный мексиканский ресторан специализируется на франчайзинге в пределах одного города.

Затем мне посчастливилось пообщаться с Робом. Это достаточно крупный предприниматель, который управляет отелями, кондоминиумами и ресторанами. Когда я спросил его о развитии, о размерах бизнеса, он ответил, что самое главное быть не большими, а великими. А значит, упор нужно делать на качестве продукта и сервиса. Вторая интересная мысль, которую я вынес из этой встречи, звучит так: важен продукт.

Маркетинг имеет значение в том случае, когда есть качественный продукт, а при плохом продукте никакая стратегия продвижения не поможет.

Еще Роб меня поразил своим рассказом о программе, которая была запущена им несколько лет назад. Эта программа направлена на укрепление здоровья сотрудников. Был нанят доктор, который для каждого работника разрабатывает индивидуальную систему по улучшению здоровья и самочувствия. Еще у них есть специальное место, где люди могут тренироваться, такой оснащенный спортзал со всем сопутствующим оборудованием. Любой сотрудник может воспользоваться этим спортзалом совершенно бесплатно.

Это часть философии предпринимателя — выражение заботы о кадрах. 60% сотрудников участвуют в этой программе, 30% относится к ней предельно серьезно. Кому-то она помогла сбросить лишний вес, кому-то — бросить курить. Это доказывает ошибочность мнения, которое бытует в странах бывшего Союза, что капиталисты только эксплуатируют людей, выжимают из них все соки. При этом мы видим реального предпринимателя, который тратит собственные деньги на поддержание здоровья других людей. И он еще грустит, что только 30% ответственно подходят к предоставляемым возможностям.

Роб очень искренне заботится о своих работниках, понимая, что кадры решают все. Россияне часто думают, что американцы не честны, но все, что они говорят, идет от чистого сердца. Такое отношение к сотрудникам, которое продемонстрировал Роб, удивляет и радует одновременно. И это то, чему стоит поучиться бизнесменам стран СНГ.

Любопытно знать: американцы очень любят винтажные вывески, нарисованные краской, которые выполнены с некоторым налетом старины. Мы любовались простой вывеской винно-водочного магазина, которая исполнена красками на простой фанере, и она смотрелась очень стильно и красиво.

Несколько лет назад я познакомился с Майком, владельцем ресторана. Его заведение — франшиза и файн-дайнинг (ресторан высокой гастрономической кухни). Ресторан может похвастаться стильным и интересным дизайном. История Майка заслуживает внимания тем, что он в свое время несколько лет работал на владельца ресторана в расчете на то, что он сам через некоторое время сможет стать предпринимателем. Что, собственно, и произошло. Ему удалось всего добиться, несмотря на то, что он не имел капитала. Но он заработал отличную репутацию в своей компании, обзавелся нужными связями. Кроме того, бывший работодатель помог ему начать собственное дело. Концепция заведения Майка — это монопродуктовый ресторан. Здесь меню основано на фондю.

Стоит заметить, что американцы — это люди, которые очень легко начинают разговор о бизнесе, идут на деловые знакомства, они заинтересованы в таких контактах. Если человек говорит, что запускает какую-то интересную концепцию, то его собеседники сразу же начинают спрашивать о франчайзинге, инвестициях, интересуются тем, где можно получить дополнительную информацию по этой теме и т.д. Об этой тенденции можно прочитать даже в книгах Ильфа и Петрова, но читать и слушать об этом — это одно, а столкнуться с этим в реальной

жизни и убедиться на собственном опыте — совсем другое. Высокая ориентация американцев на бизнес — чистая правда.

Любопытная деталь заведения Майка, которую я заметил: на входе в такой пафосный ресторан меня встретил парень, одетый в мятую рубашку, а на ногах у него были кроссовки. В России совершенно невозможно представить человека, встречающего вас на входе в ресторан в мятой одежде, и чтобы при этом он выглядел так, будто кедами торгует в магазине.

Но в Америке люди расслабленно относятся к внешнему виду, и такая картина никого не смущает.

Имея дело с американскими предпринимателями, можно легко понять, что для них бизнес на 300 тысяч долларов не является большим и значительным, их такой суммой не впечатлить. Дело в том, что в Америке можно наблюдать хорошую предрасположенность к инвестициям и интерес к новым концепциям. Для того чтобы начать вести с ними дела, нужно завоевать их доверие и быть рекомендованным, ведь простой человек с улицы может оказаться мошенником. Американцы нацелены на сотрудничество и развитие новых идей, ведь они предприимчивы и не упускают новые возможности. Поэтому в Америке можно получить заемные средства в размере 200–300 тысяч долларов в течение пары недель.

Не так давно я познакомился с менеджером одного заведения, Лорой. Она рассказала, что у нее есть знакомый миллионер Робин, который давно ищет интересный проект для инвестирования. Лора согласилась организовать нашу встречу. У нас была возможность пообщаться, обсудить свои идеи. Робин оказался типичным американским миллионером, он давно продал свою компанию и инвестировал деньги в недвижимость.

Разговор получился довольно приятным, мы разошлись в приподнятом настроении. Любопытно, что когда я разговаривал с русскими инвесторами, те постоянно начинали спорить

со мной, доказывать, что я в чем-то ошибаюсь, что-то делаю не-правильно. А американский миллионер Робин (не знаю, но предполагаю, что его реакция является типичной для предпринимателей этой страны) просто слушал и задавал много вопросов для того, чтобы получить максимум возможной информации. Он молча делал выводы, не тратя время на бесполезные споры.

Во время нашей встречи Робин также поделился со мной некоторым опытом и ответил на интересующие меня вопросы. Он бывший военный, после армии занялся бизнесом, создал сеть автосервисов, которая специализировалась на замене трансмиссии. Робин утверждал, что секрет успеха его компании заключался в доверии, ведь людям тяжело отдать свою машину на сервис, не зная уровень качества оказываемого обслуживания. Через некоторое время он продал свою сеть. На вопрос о том, почему Робин так сделал, ответил, что в какой-то момент для него стало обременительно нести ответственность за большой штат сотрудников. Сейчас в его команде всего лишь семь человек, и такой вариант ему подходит в большей степени. Я поинтересовался у Робина, в чем же заключается главный фактор успеха, и он, не задумываясь, ответил, что это продукт. Он должен быть максимально качественным.

Примеры проектов с инвестициями до 500 000 долларов

У меня есть строгие критерии, согласно которым я отбираю людей для сотрудничества. Одним из таких критериев является наличие полумиллиона инвестиционных средств. Повторюсь, инвестиционных, а не всех, что у вас есть. То есть средства, которые вы собираетесь вложить, не должны быть для вас последними.

Касательно самого процесса инвестирования: вы можете открыть сеть успешных бизнесов или один бизнес, который поможет вам получить визу L-1. Однако для инвестора с крупным капиталом есть вариант куда лучше: стать участником фонда, который включает большое количество бизнес-направлений и состоит из нескольких участников, которые получают стабильный доход и при этом самостоятельно не напрягаются ведением бизнес-проектов.

Более того, следует понимать, что фонд с уставным капиталом в несколько миллиардов долларов США и десяток участников из сильных мира сего тяжелее «завалить», чем один бизнес, стоимостью в 500 тысяч. Следовательно, вы будете защищены намного сильнее, чем те, кто предпочитает самостоятельное плавание.

Если вы не готовы инвестировать миллионы, это не означает, что не стоит и начинать. Просто формат идеи в данном случае будет другой: платные консультации, разработка стратегий и бизнес-планов, поиск рекомендаций экспертов. Единственное, что следует понимать: при таком формате работы вам самим придется всем заниматься «засучив рукава». Никто не даст вам никаких гарантий, так как никто не курирует вас на каждом этапе, а принимают участие со стороны. Вместе с тем это не значит, что из вас просто хотят вытрясти деньги, нет. Но есть ряд факторов, таких как экономическая и политическая ситуация, и вы должны понимать, что координировать свою деятельность с учетом этих факторов вам придется самостоятельно.

Сразу хочу обратить ваше внимание на одну ошибку, которую часто допускают люди, планирующие инвестировать в бизнес 150–250 тысяч долларов. Во-первых, инвестируя в бизнес менее 500 тысяч долларов, вы подвергаете свой новый бизнес кризисному состоянию с момента открытия. Необходимые затраты на рекламу и на зарплату специалистам регулярно

будут поглощать существенную часть вложений, подвергая опасности все предприятие. Поэтому я категорически не рекомендую открывать что либо, не имея достаточных средств и времени на раскрутку того или иного направления бизнеса.

Мой вам совет

Как сэкономить около 100 тысяч долларов? Все просто: не вкладывать их в мини-бизнес, не зная всех нюансов. Если вы просто жаждете что-то «замутить» в Америке без понимания специфики, то замутите себе отдых с коктейлем на пляже: это хотя бы принесет вам удовольствие и сэкономит нервы.

Как я уже говорил, порядка 95% бизнесменов теряют свои вложения в первый год работы и остаются ни с чем. И речь идет о коренных жителях, которые живут здесь всю жизнь, знают язык, ориентируются на местности и понимают здешний менталитет. Что же говорить о приехавших без знания языка, культуры и традиций?

Поверьте, мною движет вовсе не желание напугать вас попусту. Я и мои друзья — мы все прошли через это и понесли немало убытков, прежде чем набили все шишки, которые только можно набить, и разобрались, как функционировать в этой среде. Главное получить профессиональную консультацию, а не действовать наобум со всеми вытекающими негативными последствиями.

С другой стороны, начиная с 500 тысяч и выше для одного бизнес направления, необходимые затраты на рекламу и на зарплату становятся незначительны, и вы даже сможете вывести в ближайшем будущем часть инвестированных средств. В их хранении на бизнес-счетах не будет необходимости — дело стремительно перейдет в режим доходности и самоокупаемости.

Как правило, «бюджетники» всегда экономят на разработке грамотных бизнес-планов, предпочитая действовать самостоятельно, наобум, или прислушиваться к бесплатным советам случайных «специалистов», которые будут сулить им гарантированное достижение успеха безо всякой стратегии. И это при том, что в роли таких «специалистов» зачастую выступают вчерашние таксисты и риелторы, весь опыт которых сводится к тому, что они пару лет колесили по Америке, разглядывали вывески и теперь убеждены, что наверняка знают, какого бизнеса или точки не хватает в том или ином квартале.

Я от всей души вам советую инвестировать в составление стратегии и бизнес-плана в компании, при условии, что она обладает должными знаниями и компетенциями в сфере, которую вы выбрали для создания бизнеса. Таким образом, вы существенно повышаете вероятность успешного развития и получения дохода от вашего нового дела. Лучше выделить деньги на консультацию эксперта, чем потерять впоследствии все инвестированные деньги и остаться ни с чем. Как показывает моя многолетняя практика, это самый оптимальный и наиболее безопасный вариант для вас.

Глава 8. Кредитная история

Для чего нужна кредитная история в Америке, и можно ли жить без нее

Кредитная история — это информация обо всех ваших действиях, связанных с получением кредитов и их погашением. Следят за информацией кредитные бюро Experian, TransUnion, Equifax, именно они вносят и хранят все данные. На основании данных составляется ваш Credit Score (кредитный рейтинг). Он постоянно меняется в зависимости от выполнения или невыполнения кредитных обязательств.

Многие вновь прибывшие в США задаются вопросом: зачем нужна кредитная история? Как влияет на их жизнь Кредитный рейтинг?

А как иначе вы сможете подтвердить свою надежность и добросовестность как плательщик по финансовым обязательствам? Масса бытовых вопросов будет обходиться вам гораздо дешевле с финансовой точки зрения, если кредитный рейтинг высокий, и гораздо дороже, если он низкий.

Самые распространенные случаи, когда вам понадобится хороший кредитный рейтинг:

1. Вы хотите снять квартиру. Первое, чем заинтересуется арендодатель (лендлорд) — это рейтингом вашей кредитной истории. Он хочет удостовериться, что вы будете вовремя и регулярно оплачивать ренту.
2. Очень важная для жизни в Америке покупка — это машина. Если вы покупаете ее за наличные, то хороший кредитный рейтинг как бы и не важен. Но если вы, как все в этой стране, возьмете машину в кредит или Lease, то без хорошего Credit Score вам не обойтись.
3. Если вы устраиваетесь на работу, то будьте готовы к тому, что работодатель захочет проверить ваш Credit Score перед тем, как взять вас.
4. Если вам понадобится по каким-то причинам взять кредит в банке.

Для ознакомления и ответа на вопрос, каким должен быть кредитный рейтинг, посмотрите на эти цифры:

- 599 — Bad Credit;
- 600–649 — Poor Credit;
- 650–699 — Fair Credit;
- 700–749 — Good Credit;
- 750+ — Excellent Credit.

Теперь вы согласитесь, что кредитная история с хорошим Credit Score в Америке играет немаловажную роль?

Что вы получите, имея хорошую кредитную историю

Во всех случаях, когда на первое место выходят финансовые взаимоотношения, вы получите массу плюсов и привилегий.

Главное — это отношения с вашим банком. Во-первых, банк будет рад, что вы снова обратились к нему. Следовательно, есть большая вероятность получить выгодные предложения и бонусы специально для вас.

Во-вторых, вам потребуется гораздо меньший пакет документов.

В-третьих, рассмотрение вашей заявки пройдет за меньший срок.

В-четвертых, и это очень привлекательно для вас: процентная ставка по вашему кредиту снизится на 1–2% годовых, а при большом кредите это весомая экономия ваших средств.

В случаях с арендой или покупкой жилья, покупкой автомобиля вы можете рассчитывать на более лояльное к вам отношение, на хорошие скидки и привилегии.

Как это работает?

Кредитная история всегда будет интересовать всех, с кем вы будете иметь бизнес или финансовые отношения. При устройстве на работу или при снятии квартиры в аренду, при покупке автомобиля, при покупке дома или взятия ипотеки, как это называют в СНГ, обязательным условием будет ваша кредитная история. Ее проверяют и в банке, когда вы захотите взять кредит. У каждого банка есть свои требования, он старается давать свои деньги не рискуя, а страхуя и защищая себя. Поэтому кредитная история должна быть положительной. В связи с этим вы должны позаботиться о том, чтобы ваша кредитная история изначально строилась у вас быстро и хорошо.

Процесс ее построения довольно простой. Вы берете вначале обычную кредитную карту — зачастую ее дают без номера социального страхования. Кредитная карта — банковская платежная карта, предназначенная для совершения операций, расчеты по которым осуществляются исключительно за счет денежных средств, предоставленных банком клиенту в пределах установленного лимита в соответствии с условиями кредитного договора.

Банк устанавливает лимит исходя из платежеспособности клиента. Сразу стоит отметить, что карту дает ваш банк, в который вы положили определенную сумму денег и для которого вы представляетесь хорошим клиентом. Он дает вам дебетовую карту и одновременно, видя ваши финансовые резервы, он старается дать вам кредитную карту, параллельно с дебетовой. Дебетовая карта — банковская платежная карта, используемая для оплаты товаров и услуг, получения наличных денег в банкоматах. Такая карта позволяет распоряжаться средствами лишь в пределах доступного остатка на лицевом счете (расчетном текущем счете), к которому она привязана. То есть к вашему личному счету.

Внесение денежных средств на ваш расчетный счет третьими лицами возможно только в отделении банка или с помощью использования системы клиент-банкинг.

Возвращаемся к кредитной карте. Чем же она отличается от дебетовой? Самое важное отличие кредитной карты от дебетовой заключается в том, что на карте находятся денежные средства, принадлежащие банку. Они предоставляются на определенных условиях и на конкретный срок. Вы можете оплачивать ими любые покупки и услуги в магазинах или в интернете в пределах выделенного вам лимита, а затем возвращать средства на счет карты и снова пользоваться ими. И чем больше вы используете кредитную карту, тем выше ваш рейтинг, а чем выше ваш рейтинг, тем выше ваш кредитный лимит.

Любая ваша транзакция, которую вы делаете со своей кредитной картой, приносит банку какие-то проценты. Их размер зависит от того, какой картой вы пользуетесь. American Express — это самая дорогая карта, которая берет больше всего процентов.

И есть места, где ее просто не принимают. Mastercard, Visa, и даже Discover принимаются везде. Но любая карта из выше-перечисленных строит вам кредитную историю. Банк может дать вам кредитную карту без социального страхования при условии наличия денег на вашем личном счете, но в данном случае в кредитную историю это не попадает. Так вот, не имея социального страхования, но получив кредитную карту, вы своей кредитной истории практически не строите. То есть она не попадает ни в одно из кредитных бюро. Но пусть это вас не останавливает, карточки всегда берите, так как некоторые банки при получении социального страхования аккуратно переписывают вашу кредитную историю. Вы всегда должны аккуратно платить. Кредитная история — это ваша репутация.

При создании кредитной истории нужно учесть еще один важный момент. Не все банки передают вашу кредитную историю в кредитные бюро. Если вы обнаружили, что вы не занесены, и кредитная история не написана, обратитесь в банк, чтобы всю информацию передали в кредитные бюро.

Самый главный принцип — никогда не превышайте свой лимит, так как это не просто штраф, это запись в кредитной истории, которая будет негативной. Никогда не опаздывайте с платежами. Это просто недопустимо, потому что вначале вы должны создать свою репутацию. Я всегда рекомендую не брать больше 25% со своей кредитной карты. То есть, если карта на 1000 долларов, берите 250 и не больше. Платите всегда заранее. Установите автоматический платеж минимума, чтобы в случае, если вы забыли про очередной свой платеж, банк сам сделал минимальную месячную оплату.

В соответствии с вашим договором кредитной карты, вам выделено определенное количество дней, когда вы можете погасить задолженность без пени. При условии превышения временного лимита вам будет начислена пеня в соответствии с вашим договором.

Случаи такого рода заносятся в кредитную историю как негативные. По этой причине всегда платите раньше установленной даты, так как возможны форс-мажорные обстоятельства, возникшие не по вашей вине. Например, отосланный чек вернулся по той причине, что вы его неправильно заполнили, но время оплаты просрочено, и пеня уже начислена. Все это влияет на кредитную историю. Любой ваш неправильный шаг в любую сторону банком тут же фиксируется и тут же наказывается. То есть вы обязательно будете извещены, что вы сделали что-то неправильно или не вовремя. Следует рассказать, что такое «кредитный скоринг» — это система оценки кредитоспособности (кредитных рисков) лица, разработанная оценщиками кредитных рисков андеррайтерами и основанная на численных статистических методах. Смысл скоринга заключается в присвоении баллов по заполнению специальной анкеты. Система принимает решение об одобрении или отказе в выдаче кредита по результатам набранных баллов.

Это, собственно говоря, один из главнейших финансовых инструментов, которыми вы будете пользоваться в этой «дикой» стране. Баллы скоринга считаются от 350 (минимальное количество) до 850 (максимальное количество) баллов. Если ваше число выше 650, то вы уже в зоне хорошего плательщика, потому что в соответствии со статистическими данными средний американец имеет скоринг между 600 и 650. Если Ваш скоринг превышает 700, то это отличные показатели. 800 — у вас уже excellent, таких, в общем-то, платежеспособных людей в Америке единицы. Так вот, куда бы вы ни обратились за получением любого кредита или ипотеки, будут рассматриваться

два основных момента: ваш заработка и ваш кредитный скор, то есть ваша кредитная история. Конечно же, одним скромом не обойдется. Банк будет детально изучать вашу кредитную историю. Он также учитывает наличие личных средств на счете. После исследования всех компонентов принимается решение: какой размер кредита или ипотеки и на какой срок вы получите.

Отнеситесь как можно серьезнее к построению своей кредитной истории, как к своей собственной, так и компании. Если эти две кредитные истории идут параллельно, принадлежат одному человеку и обе безукоризненные, то вы имеете двойную силу. Когда вы, являясь одним и тем же человеком, представляете собой одновременно единственного хозяина компании и гражданина с хорошей кредитной историей, у вас намного больше шансов для достижения успеха. Там, где вам как гражданину бы отказали, либо отказали вашей компании, вам одному с двумя подписями, где вы подписываетесь и за себя и за компанию, обязательно дадут кредит. Вы выступаете гарантом в обоих случаях.

Если уж случаются проблемы с кредитной историей: где-то пропущенный платеж, где-то забытая кредитная карта, где-то украденная кредитная карта, не стоит переживать. Все можно исправить. Для этого понадобятся специалисты, которые смогут рассмотреть вашу кредитную историю, ваши кредитные проблемы и проконсультировать по поводу того, как вы с этим можете бороться. Самое главное — не ведитесь на объявления, которых очень много и в газетах, и на каждом перекрестке. Я очень часто наблюдаем объявления, на которых написано «Обращайтесь к нам, к примеру, за 199 долларов или 399 долларов, и мы почистим вашу кредитную историю, поднимем ваш скор». Друзья мои, лучше вас самих вашу кредитную историю никто не построит и никто не почистит. Понятия «чистка кредитной истории» не существует. Существует понятие «долгов

на кредитной истории», потому что портится она в том случае, если вы просто не платите свои собственные долги. Вычистить ваш долг невозможно, его нужно либо оплатить, либо каким-то образом нужно провести переговоры о реструктуризации, либо использовать другой путь, которых довольно много.

Построение кредитной истории

Всем, кто только приехал в США и получил SSN, либо достиг возраста совершеннолетия, нужно четко осознать, что начинать нужно с фундамента работы с финансовой системой Америки — построения своей кредитной истории.

Построение кредитной истории является легальным и абсолютно открытым процессом.

Что же такое кредитная история вообще и ваша кредитная история в частности?

Для того чтобы ваша кредитная история началась, нужно взять первый кредит либо кредитную карту. Кредитную карту выдает вам ваш банк, в котором вы держите свои финансы, зная вас как хорошего клиента, обычно на небольшую сумму. Либо, если вы только приехали в страну, вы можете взять так называемую залоговую кредитную карту (Secure Card). Каждое действие с вашей картой отражается в вашей кредитной истории в положительную или отрицательную сторону.

По истечению нескольких месяцев при аккуратных платежах вы сможете получить предложение о получении обычной кредитной карты уже без внесения залога. Более того, ваша залоговая кредитная карта при аккуратном пользовании и во время проплаченных платежах по истечению года становится обычной кредитной картой, и вы можете забрать свой залог.

Процедура кажется довольно длительной. Есть несколько способов ускорить этот процесс.

Способ № 1. Удвоение. Никто вам не запрещает открыть столько кредитных карт, сколько позволяют ваши финансовые возможности.

Даже если у вас недостаточно средств сегодня для того, чтобы открыть несколько кредитных карт, то впоследствии после открытия первой кредитной карты единственный способ — это по мере возможности увеличивать залог, чтобы увеличить вашу кредитную линию, которая в этом случае будет улучшать вашу кредитную историю.

Все, что вам потребуется — это очень аккуратно производить ежемесячные платежи, ни в коем случае не пропуская. Каждый пропущенный вами ежемесячный взнос будет не укреплять и повышать вашу кредитную историю, а, наоборот, ослаблять и понижать. Поэтому вы должны быть предельно аккуратны при пользовании кредитной картой или картами.

Способ № 2. Вы посещаете несколько банков (количество зависит от вашего аппетита и наличия свободного времени) и просите открыть себе заем, естественно под залог, например на 1 000 долларов. Вы совершенно откровенно можете сказать, что заем нужен для построения своей собственной кредитной истории. Это абсолютно легальный способ. В качестве залога в каждом банке вы предоставляете чек, полученный из предыдущего банка.

Примерно после трех платежей (3 месяца), взяв чек на 1 000 долларов из последнего банка, идя той же чередой, погашаете свои займы. Такая процедура поднимает ваш кредитный рейтинг (score) очень высоко.

Способ № 3. Этот способ самый простой и самый результативный. Вы сможете поднять свой score минимум на 50 пунктов в течение месяца.

Итак, ваши друзья и родственники, у которых хорошие кредитные истории, могут вписать вас в свои кредитные карты как авторизованного пользователя. Они ничем не рисуют, так

как вы этими картами пользоваться не будете. Такая процедура поможет не только вам, но и им самим.

Эти кредитные карты попадают в вашу кредитную историю и поднимают ваш кредитный score.

Все, что от вас потребуется — это выполнение всех рекомендаций, которые вы получаете. И самая главная рекомендация: если даже вы имеете свои собственные денежные ресурсы, не используйте их для ваших целей.

Используйте так называемые OPM (other people's money) — деньги, взятые у банков. Во-первых, всегда легче работать с чужими деньгами. Во-вторых, не важно, как у вас пойдет бизнес — вверх или вниз, ваша кредитная история будет повышаться, вы сможете брать все больше кредитов, не используя ваши личные средства. Если при плохой кредитной истории вы будете строить бизнес на ваши личные деньги, это может плохо закончиться.

Если вы не будете развивать свою кредитную историю, то может наступить момент, когда вам будет жизненно необходимо получить кредит, но вам его просто не дадут из-за вашей плохой кредитной истории.

Как не платить коллекторским агентствам

Откуда появляется долг?

Рассмотрим кредитную карту — невероятно удобную вещь. В этом кусочке пластика содержится вся информация о вашем финансовом положении на сегодняшний день. Единственный недостаток: она вам не подскажет, сколько вы можете сегодня потратить денег с учетом всех ваших доходов.

Следить за своими тратами довольно сложно, а зачастую и невозможно, если картой пользуетесь не только вы, но и члены вашей семьи. И, в конце концов, наступает момент, когда

ваши расходы в несколько раз превысили ваши доходы. Вы не можете платить долг несколько месяцев.

Тогда банк, который выдал вам эту карту, напоминает вам о существующем долге и указывает срок, в течение которого вы должны его погасить. Если за оговоренное время долг не погашен, то вас передают или продают в коллекторскую компанию, так называемый Collection.

Коллекторская компания свяжется с вами по телефону или письменно. Настоятельно рекомендуем общаться с коллекторами только письменно, так как телефонные разговоры, даже записанные на диктофон, не являются доказательствами для судебного разбирательства, если оно потребуется или последует.

Итак, коллекторское агентство пришлет вам письмо с уведомлением, что именно оно — агентство — является уполномоченным представителем для требования возврата долга. Вам предоставляется 30 дней для ответа.

Но! Ни в коем случае не нужно платить по вашим обязательствам именно коллекторам. Вы должны платить только вашим оригинальным кредиторам. Почему? Да потому что никаких договоров с этим коллекторским агентством вы не подписывали, значит, никаких финансовых и прочих обязательств вы перед ним не имеете.

Вы должны письменно уведомить это агентство о том, что никаких денег у него вы не брали и отдавать не обязаны. Вы отдачите деньги той организации, у которой их брали. Вы боитесь? Но вам необходимо сделать именно так ради вашего будущего.

Если в течение 30 дней вы не ответите на первое письмо коллекторов, вы получите второе письмо, где будет написано, что ваше молчание принято за согласие с требованиями. Коллекторы начнут вам досаждать звонками по телефону как домой, так и на место вашей работы. Более того, они сделают запись в вашей кредитной истории, что очень понизит ваш рейтинг.

Поэтому ответить в 30-дневный срок нужно обязательно! В ответе должно быть следующее: вы категорически заявляете, что ни о каком долге перед компанией, которая поручила коллекторам изыскать его, вы не имеете понятия.

Вы требуете от коллекторов доказательства, что этот долг имеет какое-то отношение именно к вам.

Существует четкое определение доказательств ваших финансовых отношений с кредитной картой либо с кредитным агентством, у которого вы взяли в долг. Это копия договора, подписанная лично вами. Если коллекторы предъявили вам этот документ, значит, счет принадлежит именно вам. Но ни в коей мере это не доказательство вашего долга перед финансовым институтом. Единственное доказательство вашего долга — квитанция с вашей подписью.

Все вышеперечисленное вы в свободной форме записываете и отправляете в коллекторское агентство. Доказательств о каком-либо вашем долге коллекторское агентство найти не сможет. Потому что вы правы. В 80% случаев коллекторские агентства в этой тяжбе проигрывают. Так что с верой и надеждой действуйте!

Нахождение и исправление ошибок в ваших кредитных файлах

По мнению финансовых экспертов, около 40 миллионов американцев страдают от низкого кредитного рейтинга (score) в результате ошибок, внесенных в кредитные бюро Experian, TransUnion, Equifax.

Три кредитных бюро Experian, TransUnion, Equifax представляют собой не совсем безупречную систему. Они занимаются хранением информации о каждом американце, который открыл кредитную карту, ипотеку или банковский займ. Но при этом ак-

куратность и точность информации их совершенно не волнуют, ибо, чем больше информации они получают, тем больше зарабатывают. Эти три бюро зарабатывают на продаже вашей информации по запросам: лично вам, или тем кредитно-финансовым институтам, куда вы обращаетесь для получения займа.

Помимо хранения вашей информации, каждое из этих бюро, исходя из собственных внутренних систем расчета ваших финансовых движений, выводит score. У всех трех бюро он различен.

Еще раз необходимо указать: чем хуже у вас кредитная история и чем ниже кредитный score, тем хуже условия вы получите при покупке чего бы то ни было. Это десятки тысяч долларов, которые вы могли бы использовать, чтобы сделать свою жизнь интереснее и легче. Вне зависимости от того, на какой ступени финансовой лестницы вы находитесь, все зависит от вашей кредитной истории.

Ошибки разного рода есть в 100% кредитных файлов, у всех людей, которые живут в США. Это в большей или меньшей степени, но понижает ваш кредитный score. Правда заключается в том, что эти бюро обязаны проверять каждую запись, которую они вносят в вашу кредитную историю. Любая информация, поданная любым финансовым источником и занесенная в вашу кредитную историю, должна быть проверена и доказана. Поэтому вы имеете право оспорить любую ошибку, занесенную в вашу кредитную историю.

Чтобы пользоваться всеми льготами, которые предоставляет вам страна, вы должны уяснить следующее: ваша кредитная история — это один из самых важных моментов, на который нужно обратить самое пристальное внимание.

Важно научиться анализировать, чтобы выявить, что в вашей кредитной истории не так, и не делать грубых ошибок, которые делают люди, не искушенные в банковской деятельности.

Никогда не закрывайте выплаченные кредитные карты. Если у вас баланс в этом банке ноль, то пусть это остается в вашей истории, ведь это оказывает положительное влияние для других банков, куда вы будете обращаться или уже взяли займ.

Например, ваш заем составляет 100 тысяч долларов на 10 кредитных картах, и это ваш кредитный лимит. Если вы полностью выплачиваете кредит на одной из карт и оставляете ее открытой, то ваш лимит останется прежним — 100 тысяч долларов. Но если вы ее закроете, то ваш лимит уменьшится и станет 90 тысяч долларов, так как ваша старая кредитная история закроется и откроется новая, на 90% от предыдущего лимита. Ваш score сразу уменьшится, вы сами уменьшили свою кредитную линию. Поэтому еще раз рекомендация: ни в коем случае не закрывайте свои счета, если вы их полностью выплатили и вышли на ноль. Ведь первый вопрос, который возникает к вашей кредитной истории у любого финансового органа при оформлении займа — это как давно вы пользуетесь своим кредитным счетом?

Обратимся к проблемам кредитной истории — тяжелым запросам (hard inquiry). Каждый такой запрос понижает кредитный score от 3 до 5 поинтов.

Если вы не давали разрешения банкам либо другим финансовым институтам, в которые обращались, на тяжелые запросы вашей кредитной истории, тем не менее, они это сделали, то вы имеете полное право оспорить внесение этих записей и потребовать их удаления из вашей кредитной истории.

Как зарабатывать на своей хорошей кредитной истории

Как заработать в момент, когда вы берете кредит, в частности, когда открываете новую кредитную карту? Вы должны

подобрать для себя такую кредитную карту, которая более всего вам подходит. В интернете информации море. Внимательно читайте информацию о тех бенефитах, которые кредитная карта вам предлагает в момент подписания контракта.

Любой банк заинтересован в том, чтобы взять ваши деньги, но для этого вы должны подписать с банком контракт при получении кредитной карты. У вас есть возможность выбирать ту карту, при получении которой вы можете заработать либо сохранить свои деньги.

Реально ли это — зарабатывать в момент получения кредитной карты, имея, конечно, хорошую кредитную историю? Да, очень даже реально. Масса различных кредитных карт в момент подписания контракта дает вам возврат — 200, 300, 500 долларов. Либо вам предлагают поинты — 50 тысяч поинтов, 75 тысяч, 100 тысяч.

Что такое поинты? К примеру, 10 тысяч поинтов равны 100 долларам. Вы сможете получить деньги не сразу, а через 2–3 месяца, но при условии, что вы за это время потратите определенную сумму денег.

Имея хорошую кредитную историю, иначе говоря, хорошую репутацию, вы всегда и везде получите самые лучшие условия, самые высокие скидки на билеты, круизы, аренду автомобиля, гостиницу, ипотеку, покупку автомобиля. Кстати, об автомобилях. Вы можете взять в лиз или финансирование не один, а несколько автомобилей. На одном ездить самому, а остальные сдавать в аренду — это будет один из ваших бизнесов. Это будет возможно благодаря вашей хорошей кредитной истории.

Глава 9. Недвижимость

В этой главе я собрал всю информацию, которая будет полезна тем, кто хочет приобрести или арендовать недвижимость в США.

Я решил сэкономить ваше время и деньги: теперь вам не нужно перерывать массу информации на тематических интернет-форумах или тратиться на консультации. Я расскажу обо всем, что интересует наших соотечественников. А именно: какие бывают виды недвижимости, что влияет на стоимость жилья, можно ли иностранцу купить жилье в кредит, как при выборе риелтора не нарваться на мошенников и многие другие по-настоящему полезные вещи.

Краткий обзор покупки и продажи недвижимости: что следует знать об этом?

Обзаведясь землей, приглядись прежде всего к воде, дороге, соседу.

Гай Плиний Секунд (Плиний Старший)

Покупка и продажа недвижимости, особенно за границей, дело непростое. И чем лучше потенциальный покупатель осведомлен о различных нюансах, тем меньше риск купить что-то не то или просто потерять деньги. Покупка дома или квартиры требует определенного внимания со стороны будущих владельцев. Именно поэтому я решил заранее познакомить вас с процессом покупки и продажи, чтобы вы могли получить представление о рынке недвижимости, узнать о «подводных» камнях, которыми усеян путь покупателя, и смогли сами определить, какой вид недвижимости будет идеальным конкретно в вашем случае.

Итак, прежде чем вы, полюбовавшись на фотографии привлекательного вам дома, мысленно распаковали чемоданы и расставили мебель, обратите внимание вот на что. Существует ряд моментов, я бы даже сказал, обязательных критерий, исходя из которых следует подыскивать недвижимость как для жилья, так и в качестве объекта для инвестиций.

Бюджет (первое и основное)

Если при поиске недвижимости вы будете учитывать ваши финансовые возможности, вы сможете избежать суеты и временных затрат. В Америке широкий ассортимент всевозможной недвижимости, и какая из них станет вашей, зависит только от толщины вашего кошелька. Это, конечно, утрировано,

но в целом правильно. Даже если вы хотите покупать недвижимость в ипотеку, вам придется внести первоначальный взнос и планировать свои ежемесячные затраты на покрытие кредита. Поэтому лучше исходить из реальных возможностей.

Обратите внимание, что профессиональные риелторы, прежде чем начать работать с клиентом, могут попросить предоставить распечатку из банка, которая подтвердит наличие денежных средств у клиента. Если вы планируете получить ипотечный кредит, я рекомендую заранее получить в банке Pre-approval (Одобрение банка). В этом документе будет указана сумма кредита, на которую может рассчитывать клиент и на которую может ориентироваться риелтор при подборе недвижимости.

Это обычная практика, которая обусловлена рядом причин:

- Поскольку риелтор не имеет стабильной зарплаты, а работает за комиссионные от сделки, он не может рисковать и тратить время зря, проводя бесплатные экскурсии человеку, который, возможно, ничего не планирует покупать. Согласитесь, это же время риелтор может потратить с большей пользой, работая с клиентом, готовым сделать покупку и подтвердившим свои намерения.
- Покупка недвижимости — дело серьезное. И даже если вы действительно серьезно настроены на ее приобретение, отказ банка в выдаче кредита может настолько ошеломить и разочаровать вас, уже продумавшего интерьер и планировку, что вам психологически будет проще отложить покупку на неопределенный срок, чем снова переживать негативные эмоции от того, что желание не осуществилось. Именно поэтому сначала стоит позаботиться о благоприятном решении банка, а потом уж приступать к подбору риелтора и недвижимости. И в целом будьте

готовы к тому, что этот поиск требует не только большого количества времени, но и эмоциональных затрат.

В Америке комиссионные делятся на двоих, если у покупателя и продавца два разных агента, в этом случае каждый получает по 3%.

Если один агент действует на две стороны (такое тоже бывает), он получает 6%. А это серьезная сумма, когда речь идет о четырех-пяти миллионах долларов.

Виды недвижимости

Как правило, для каждого из нас огромное значение имеет месторасположение будущего жилья. Тот или иной район является не только показателем уровня и качества жизни, но и имеет большое влияние на то, по какой стоимости, с какой скоростью и насколько выгодно для себя вы сможете в будущем продать вашу собственность. Именно поэтому при поиске жилья следует исходить из правила «от общего к частному». Сначала следует определиться с районом и только потом уже начинать выбирать дом или квартиру. Кстати, не забудьте поинтересоваться и такими важными моментами, как перспективы развития района, транспортные развязки, школы и все то, что является важными составляющими вашего комфорта. После того, как бюджет и район определен, пора приступать к подбору конкретного жилья. Если говорить о видах недвижимости, выделяют следующие:

- **Апартаменты (Apartment Complex).** Под этим названием подразумевается квартира, расположенная в жилом доме, которая предназначена только для сдачи в аренду. Этим термином нередко заменяют такие, как «condominium», «со-оп» или «loft».

- **Кондоминиум, или кондо (Condominium, или Condo)** – это тот случай, когда квартира, расположенная в жилом доме, может быть приобретена в собственность. Это является ее единственным отличием от апартаментов. По факту, термин «кондоминиум» обозначает вид собственности. Что касается управления зданием, в котором находятся такие квартиры, оно осуществляется так называемой ассоциацией владельцев. Именно она следит за работоспособностью общих помещений, лифтов, фасадов и даже за отоплением.

Одним из минусов считаются ежемесячные коммунальные платежи (Condo fee или Maintenance), которые идут на содержание здания.

Размер платежей в кондоминиумах среднего уровня колеблется от 300 до 600 долларов в месяц, а в элитных кондо может достигать 3000 долларов.

В США, в отличие от СНГ, недвижимость делится не на жилую и нежилую, а на жилую и коммерческую. При этом многоквартирный дом совсем не обязательно будет иметь статус жилой недвижимости: если он относится к типу доходных домов (где все квартиры арендуются, а не находятся в собственности), этому дому будет присвоен статус коммерческой недвижимости. Еще одна особенность и отличие: в СНГ при покупке недвижимости покупатели, как правило, ориентируются на площадь жилья, а в США – на расположение (location).

- **Кооператив (Cooperative или Со-оп).** В данном случае собственник такой квартиры вместе с приобретением доли (акций) или членства в том или ином кооперативе приобретает и право проживания в нем. Обратите внимание, что кооперативы находятся преимущественно в Нью-Йорке. Кроме того, одного вашего желания при-

обрести квартиру в кооперативе недостаточно: решение о продаже или покупке принимает Правление кооператива (Co-op Board), которое руководствуется рядом внутренних правил и мотивов. Степень вашей известности и звездности не имеет никакого значения: Мадонна это почувствовала на собственном опыте, когда Правление кооператива отказалось ей в приобретении соседней квартиры в одном из кооперативов на Манхэттене.

- **Дуплекс (Duplex)** — это не что иное, как две самостоятельные квартиры с общим входом и лестницей к входу в каждую квартиру. Как правило, квартиры расположены на первом и втором этажах, а в цоколе (нулевой этаж) иногда находится гараж или подсобное помещение (Basement). В США дуплексом обычно называют отдельно стоящий дом с двумя квартирами, расположенными под одной крышей, но с двумя самостоятельными входами. Если дом включает не две, а три квартиры, это называется триплекс (Triplex). Как правило, дом является собственностью одного владельца, который приобретает его для бизнес-целей, а именно для сдачи квартир в аренду (Rent) с целью получения регулярных доходов.
- **Таунхаус (Townhouse)** — этим термином обозначены дома, имеющие отдельный вход, но визуально соединенные друг с другом, например, общей стеной. Внешне это выглядит как большой дом с несколькими отдельными входами с улицы для каждого владельца. Этажность таких домов может быть разной (2–3 этажа); что касается цокольного этажа, здесь обычно размещают подсобное помещение или гараж. Обычно к каждому таунхаусу прилагается небольшой участок земли позади дома. Содержать такие дома гораздо дешевле, нежели отдельно стоящие. Таунхаусы, как и кондоминиумы, находятся в управлении

ассоциации владельцев, а потому за таунхаус нужно также вносить ежемесячные коммунальные платежи, которые предназначены для содержания здания.

- **Дом (Single Family House)** — это дом, который стоит отдельно, это что-то вроде привычных для нас коттеджей. Вариаций у таких домов довольно много. В большинстве случаев на структурные изменения здания нужно получить разрешение городского совета.

То есть, если вы хотите сделать пристройку или полностью снести здание, понадобится соответствующее разрешение (Permit). Если же какие-либо строительные работы производились без разрешения, городские власти могут наложить на владельца дома штраф. Плюсом приобретения такого вида недвижимости является изолированность вашего жилья по отношению к соседним участкам, что позволит жильцам иметь больше личного пространства. Кроме того, подобные дома с земельными участками имеют большую инвестиционную привлекательность по сравнению с другими видами недвижимости.

Характеристика жилья

Теперь давайте разберемся с содержимым вашего будущего жилья: оно тоже в немалой степени влияет на стоимость. Основным показателем в данном случае является количество спальных комнат (bedrooms) и ванных комнат (bathrooms). Кстати, если вы встречали в объявлениях забавный пункт: 2,5 bathrooms и недоумевали, как может быть две с половиной ванной. Если целая ванная комната включает в себя собственно ванну или душ, а также умывальник и туалет, то в «половинке» есть только туалет и умывальник. То есть на целостность ван-

ной комнаты решающее влияние оказывает душ или ванна.

При изучении объявлений вам пригодятся знания таких понятий, как:

- **Living room** — гостиная;
- **Bedroom** — спальня;
- **Family room** — в больших домах или квартирах, кроме гостиной, предусмотрены дополнительные помещения для семейного времяпрепровождения;
- **Dining room** — столовая;
- **Kitchen** — кухня;
- **Den** — небольшая дополнительная комната, которая обычно используется как детская или кабинет (офис);
- **Florida room** — как правило, так называют застекленную комнату в доме с видом на сад;
- **Patio** — веранда;
- **Front yard** — земельный участок, расположенный перед домом;
- **Backyard** — земельный участок за домом;
- **Yard** — участок земли, который прилегает к дому. Теперь, когда вы более-менее осведомлены о видах недвижимости и параметрах, на которые следует обращать внимание перед ее покупкой, давайте рассмотрим, как происходит собственно процедура приобретения недвижимости иностранцами в Соединенных Штатах Америки.

Покупка недвижимости

Покупка недвижимости — это всегда выгодное вложение средств. Так как в цене она обычно только растет, или, по край-

ней мере, продолжительное время держится на стабильном уровне. Чего нельзя сказать о других материальных вложениях: акции компаний, ценные бумаги, депозиты в банках и так далее.

Вы никогда не сможете угадать, не обанкротится ли банк или не потеряет ли компания деньги. К тому же, для того, чтобы выгодно инвестировать в ценные бумаги, акции и другие активы, желательно иметь экономическое образование. Человеку без образования будет очень сложно сделать правильный выбор по поводу данных инвестиций.

Что касается недвижимости, то здесь все немного проще и стабильней. Вы можете сдавать ее в аренду, сделать ремонт по современным меркам и продать дороже, оставить в наследство или же переехать самому.

По поводу финансов — дело индивидуальное. Вы можете вложить деньги в небольшую уютную квартирку, просторный пентхаус или же приобрести большой загородный дом. В любом случае вы будете в выигрыше, так как ваши квадратные метры никуда от вас не денутся.

Почему именно в Америке?

Как бы мы не любили нашу страну, мы вынуждены признать, что возможностей здесь очень мало. В том числе и для покупки недвижимости. Нестабильный курс рубля, непонятные моменты в законодательстве и очень длительная и сложная процедура, как покупки жилья, так и его оформления.

А что касается покупки жилья в кредит, то это то же самое, что продать себя в рабство кредиторам на ближайшие 20–30 лет. Поэтому, если у вас возникло желание вложить свои денежные средства в недвижимость, то лучше это сделать в другой стране, где есть более благоприятные условия для этого.

Сейчас выбор стран с процветающим рынком недвижимости достаточно широк: США, Канада, Англия, Германия и другие. В этой книге я акцентирую внимание на покупке недвижимости в США, так как считаю ее наиболее выгодной по целому ряду причин.

- Развитие страны. США — одна из самых развитых стран мира, куда ежегодно эмигрируют миллионы людей в поисках лучшей жизни. Соответственно, им всем надо где-то жить. Большинство приезжих предпочитают снимать жилье в аренду, причем в долгосрочную аренду.
- Стабильность законодательства. Законы на недвижимость в США довольно стабильные и прозрачные. Так что разобраться в них сможет даже человек без специального образования. Однако все же лучше воспользоваться услугами профессионального юриста, прежде чем покупать жилье в США.
- Растущие доходы граждан. Доходы граждан США растут довольно таки стремительными темпами, что в свою очередь влияет на повышение спроса на недвижимость.

Рекомендации перед покупкой

Как правило, самое первое, что мы рекомендуем — это не торопиться. Спешить абсолютно нельзя в той ситуации, когда вы решаете вопрос о покупке жилья на долгие годы. Спешка — это самое плохое качество, которое может вам помешать.

На самом деле это как лотерея: иногда бывает так, что то, что вы не купили, и от чего отказались в спешке, оказывается «золотым яйцом», которое могло стать вашим. Но, к сожалению, такое бывает только в одном случае из ста, а может быть даже и реже. Поверьте, потратив какое-то время и силы,

получив определенные знания, вы обязательно обретете то, к чему вы стремились, и будете знать, что не потратили лишних средств.

Второй совет, который хотелось бы вам дать: определитесь изначально, что конкретно вы ищете.

Потому что это уже дело вкуса, я не могу рекомендовать ни одно, ни другое. Просто кто-то любит жить в частном секторе, а кто-то — в квартире, то есть в многоэтажном здании, которое тоже может относиться к элитной недвижимости.

Есть частные дома, которые расположены в так называемых community, и я рекомендую покупать именно их.

Третий совет — это воспользоваться услугами агента по недвижимости.

Сначала вам все-таки нужно встретиться с консультантом по недвижимости, который не заинтересован в продаже вам какого-нибудь дома. Консультант расскажет вам все тонкости и нюансы о покупке той или иной недвижимости. Таких консультантов немного, тем более говорящих по-русски, но я думаю, что если вы захотите найти — наверняка найдете.

По определению, когда у вас все-таки сложилось видение того дома или квартиры, который вы бы хотели приобрести, вы должны для себя представить: какой уровень обслуживания вы бы хотели иметь, какой именно уровень защищенности.

Я хочу сказать, что есть дома с великолепной защитой. Туда не прорвется никто, ваш дом — ваша крепость. Такая защищенность может быть как в большом многоквартирном доме, так и в определенных секторах — «gated community», где сидит специально обученный человек, который открывает шлагбаум, проверяет документы, созванивается с вами и спрашивает о том, ждете ли вы гостей.

И если вы по какой-то причине не хотите ни с кем встречаться — ни одного человека к вашему дому никто не пропустит. Я считаю, что это очень неплохо. К тому же, уехав на ка-

кое-то время из страны (отдыхать или в гости к родственникам и т.п.), вы можете быть уверены, что ваша жилплощадь не пострадает в ваше отсутствие.

Поэтому я считаю, что здесь нужно быть всегда особо внимательным. Нужно начинать с безопасности проживания в том месте, которое вы для себя выбираете. То же самое можно сказать и о районе. Наверняка ни один из вас не подумает ехать в Little Havana. Это в принципе неплохой район, он даже граничит с одним из самых лучших районов в США — Coral Gables. Тем не менее, там есть определенные улочки, на которые не стоит попадать вечером. Поэтому я думаю, что никто из вас тоже не хочет там селиться, тем более, там нет выхода к воде. Ну и опять-таки рядом есть районы Coconut Grove и Coral Gables, которые в этом смысле предоставляют более безопасное проживание. Но вам выбирать, где жить: в многоквартирном доме либо в частном. Многоквартирных домов и в этих районах довольно много, но основную площадь все-таки занимают частные дома. И там очень немного community-gates.

Поэтому я думаю, что вам нужно будет начинать изучать, прежде всего, неолько дома, сколько районы и наличие в них community-gates. Именно здесь, оставляя свой дом, вы будете знать, что три раза в день проедет патрульная машина и посмотрит, все ли у вас в порядке.

Далее, приняв решение о том, где вы хотите жить, начинайте визуализировать свой дом или свою квартиру. В этом случае могут быть разные варианты: кто-то любит смотреть на океан, кто-то любит смотреть на город (если это многоквартирный дом с высокими этажами).

Я никогда не рекомендую, чтобы вид был только на океан. Потому что ночью — это черная дыра, и ночью у вас в окнах ничего не будет, если не будут проходить суда. Я все-таки считаю, что квартира, которую вы покупаете с видом на океан и за которую вы будете платить довольно много, должна иметь

какой-то вид и на город. Ведь Америка ночью похожа на сказку: все переливается, светится, города очень хорошо электрифицированы и очень красиво выглядят с верхних этажей. Но опять же, это решать именно вам. То же и с домом — вам тоже нужно определиться: насколько вам нужен причал для яхты у вашего дома и нужен ли он вообще.

Как бы там ни было, хочу вас еще предостеречь и сказать о том, что любой агент по недвижимости, даже самый лучший, настроен и обучен таким образом, чтобы свою работу сделать за максимально короткий срок. Что это означает? Это означает, что он выбирает для вас, по вашему же желанию, каких-то три ударных варианта и показывает вам ограниченное количество квартир или домов, рассчитывая на то, что один из этих домов вам обязательно понравится и вы его купите.

Существует специальные программы, которые вы можете скачать на свой телефон, где вы будете всегда сориентированы по ценам, в частности в США. Те дома, которые сегодня выставлены на продажу, доступны для просмотра. Вплоть до того, что, набирая адрес этого дома на компьютере, вы благополучно увидите и панораму сверху, и на улице покрутитесь вокруг него, иногда даже не нужно никуда выезжать. Но ни в коем случае не покупайте дом, не видя его вживую. Дом на фотографиях может оказаться совершенно другим. Как говорится, те люди, которые на аукционе покупают дома, должны понимать, что они покупают фотографии, которые могут быть отредактированными или сделанными с выгодных ракурсов.

И наверняка от вас утаят то, что вы бы не хотели видеть, и что бы могло вас остановить от решения покупки этого дома.

Еще раз повторяю: любой агент недвижимости обучен тому, как закрыть свою сделку как можно быстрее. Даю вам сразу гарантию, что если вы, посмотрев пять квартир или домов, все-таки купите этот дом, поверьте, пройдет какое-то время и он вас разочарует. Вы найдете то ли лучше местность, то ли

лучшее состояние дома, то ли лучший дизайн или архитектурное решение, и в конце концов — лучшую цену.

Поэтому отнеситесь к этому серьезно. Получите максимальное количество знаний и информации, насколько это возможно. Как говорится: «Кто владеет информацией — тот владеет миром». Когда вы владеете информацией, у вас довольно серьезный фундамент для принятия правильного решения.

Опять же, никто не застрахован от каких-то ошибочных покушек. Я знаю массу людей, которые убили 2–3 месяца на покупку дома, и в итоге, купив дом, они стараются как можно быстрее его продать и покупают другой. Но это пример, где исключение подтверждает правило. Ошибки могут быть везде, но человек, который изучал вопрос и положил на это достаточно времени и средств, более подготовлен к тому, чтобы сделать правильное решение.

Как выбрать правильную недвижимость?

Покупателю нужно сто глаз, продавцу — ни одного.

В самом начале этой главы я обратил ваше внимание на то, что при выборе недвижимости следует руководствоваться некоторыми критериями. Особенно это важно в том случае, если будущую недвижимость вы рассматриваете не только как жилье, но и как объект инвестиций.

Несомненно, у вас есть определенные представления о вашем будущем доме или квартире. Может даже у вас есть конкретные требования к этажу и стороне, куда должны выходить окна. Но, как мы уже говорили, в первую очередь начинать поиск нужно с района, по принципу «от общего к частному». Обратите внимание, что это важно не только для вашего комфорта. Если предположить, что через несколько лет вы решите поменять жилье, то продажа собственности должна принести

вам прибыль. Поэтому перед покупкой учитывайте не только визуальную привлекательность, но и экономическую. Попробуйте представить, сможет ли через несколько лет ваша недвижимость вырасти в цене? Какие для этого есть предпосылки? Просканируйте потенциальное место жительства, выявите плюсы и минусы, поскольку ваши инвестиции в недвижимость должны быть действительно выгодными. Кроме этого, местоположение дома отражает уровень и качество жизни.

Если детальнее говорить о параметрах, влияющих на привлекательность района, то обратить внимание следует на следующие моменты. Большие ли земельные участки в этом районе города? А насколько плотная застройка? Как близко район расположен к центру города и, напротив, насколько удален от промышленных зон? Есть ли в районе парки, поля для гольфа, спортивные сооружения? Если у вас есть дети школьного возраста, поинтересуйтесь уровнем образования в здешних образовательных учреждениях. Обратите внимание на этнический состав населения и социальные слои, также не забудьте поинтересоваться экологической ситуацией.

Если вы проведете хорошую разведку, то получите точное представление о том, какие возможности открывает вам тот или иной район. И это правильный подход: вы планируете вложить в приобретение недвижимости немалые деньги, и эти деньги должны быть вложены с толком. Недвижимость растет в цене ежегодно, однако интенсивность роста определяется количеством желающих жить в том или иной районе.

И если район действительно хорош, стоимость недвижимости в этом месте всегда будет выгодно отличаться от других, менее привлекательных районов.

Кстати, я советую обращать внимание не только на текущее состояние района, но и немного заглядывать в будущее. Поинтересуйтесь, ведется ли здесь какое-то строительство, и если да, то каких объектов. Возможно, в присмотренном вами районе

построят нечто такое, что через время существенно увеличит стоимость жилья. И это определенно окажет влияние на инвестиционную привлекательность вашей потенциальной покупки.

После того как вы присмотрелись к определенному району (а может даже к нескольким), пора переходить к частному, а именно поиску конкретного жилья. Здесь требуется еще большее внимание к мелочам, поскольку в быту мы все время пересекаемся именно с деталями. Но если во время тура по объектам ученики, бегающие с криками на школьном дворе, могут не привлечь вашего внимания, то представьте, что вы купили квартиру, окна которой выходят на школьный двор. А теперь подумайте и скажите, хотели бы вы, чтобы под вашими окнами регулярно носились громкие школьники и тем самым вносили корректировки в ваши планы на жизнь?

Как показывает практика, гораздо меньшую привлекательность имеют объекты, которые «смотрят» задними дворами на детскую площадку или школьный двор. Еще больше страдают в плане инвестиционной привлекательности дома, которые находятся неподалеку от промышленной зоны, больницы, пожарной станции или автозаправки. И наоборот, дома, которые «смотрят» задними дворами на аналогичные дворы других домов либо на лесопарковую зону, являются для покупателей более привлекательными и, следовательно, имеют более высокую стоимость.

Это же самое справедливо и в отношении кондоминиумов. Если какая-то часть приглянувшегося вам района активно застраивается многоэтажными зданиями, то в обозримом будущем вас ждет ощутимое увеличение транспорта на улицах района, пробки на дорогах, очереди в близлежащих магазинах, а также ресторанах и кафе. Кроме того, активная застройка увеличивает предложение на конкретном рынке недвижимости и снижает стоимость квартир в кондоминиумах. Так что, присматривая квартиру сейчас, заглядывайте в будущее.

Для этого не нужно быть экстрасенсом, достаточно держать глаза широко открытыми, а ушки на макушке. Вряд ли вы придетете в восторг от того, что через несколько лет вы окажетесь не в том комфортном месте, куда заселялись, а в шумном улье со всеми вытекающими последствиями. Особенно важно это для тех, кто решил приобрести недвижимость в кредит и, следовательно, определенное время будет попросту привязан к этому месту. Я не хочу, чтобы вы в будущем мучились и нервничали, а потому специально рассказываю все подробно, в деталях и образах.

Теперь давайте попробуем представить, что мы уже находимся на этапе выбора непосредственно квартиры или дома. Предположим, вам приглянулись несколько объектов, и теперь вы решили изучить их внимательнее. Это очень правильный подход, поскольку квартира — это не кулек семечек, а потому торопиться некуда.

Осматривая объект, прислушайтесь к вашим внутренним ощущениям: насколько вам комфортно здесь находиться, является ли планировка для вас удобной и понятной, достаточно ли света в помещении, не «царапает» ли вас какое-то неприятное ощущение при внешней добротности жилья? Поверьте, не стоит отмахиваться от подобных мыслей и предчувствий: как и сотни лет назад, дом был и остается вашей крепостью, вашим тылом, и вы должны в нем чувствовать себя максимально комфортно и легко.

Если вас что-то не устраивает, не стоит себя уговаривать и, наступая на горло собственной песне, соглашаться на покупку. Лучше потратить больше времени и купить то, что вам действительно придется по вкусу. Если вы покупаете недвижимость для семьи, идеально, если решение о покупке принимается коллективно. Я убежден, что в новом доме или квартире должно быть уютно и комфортно каждому члену семьи. Потому что от этого в немалой степени зависит и психологическая атмосфера в доме.

Надеюсь, я вас убедил, и вы отнесетесь к подбору недвижимости очень внимательно и ответственно. В конце концов, это важно, в первую очередь, для вас самих.

Как выиграть переговоры: маленький, но очень полезный секрет

Этот секрет, как показывает практика, особенно уместен в тех случаях, когда тот или иной объект недвижимости действительно пришелся клиентам по вкусу и им хочется заполучить именно его. Может быть очень обидно, если неправильно занятая во время переговоров позиция приведет к тому, что объект «уплынет» окончательно и бесповоротно. А такие случаи действительно бывают. И чаще всего именно тогда, когда одна из сторон занимает твердую и непримиримую позицию в отношении финансовых условий сделки.

Несмотря на то, что Голливуд в большом количестве производит боевики, где американцы предстают в своеобразном амплуа решительных, упрямых и несговорчивых товарищей, на самом деле они, в большинстве своем, милые и доброжелательные люди. А потому жесткая позиция и игнорирование интересов второй стороны сделки воспринимается как минимум с недоумением, как максимум — такой подход логично «убивает» хорошую сделку.

Именно поэтому я придерживаюсь позиции, что с каждым человеком можно договориться. Не напирать, не заставлять, не настаивать, а слушать, слышать и искать компромисс. Вы скажете, что это звучит банально. Но истина от того, какой бы простой она ни казалась, истиной быть не перестает. И если вы как в роли покупателя, так и роли продавца будете интересоваться потребностями второго участника сделки, если вы покажете, что заинтересованы в том, чтобы сделка оказалась

выгодной для обеих сторон, то можете быть уверены, что такой подход окажется более результативным, нежели не всегда уместная настойчивость и стремление учитывать только свои интересы. Вот и весь секрет. Будьте готовы к поиску компромисса и не старайтесь увидеть во втором участнике сделки противника. Это действительно работает!

Расписание всему голова

После того, как вы определились с бюджетом и районом, пришло время разобраться с расписанием и часами посещений. В мегаполисах просмотры недвижимости назначают на спокойные выходные. Что касается часов посещений, придется подстроиться под местный график. Раньше 10 утра назначать просмотры не стоит. Как показывает практика, оптимальное время для просмотров с 12:00 до 16:00. Это время прекрасно подходит для решения деловых вопросов.

Подбор недвижимости

Прежде чем вы углубитесь в огромный мир недвижимости, попросите риелтора подготовить для вас списки потенциального жилья и выслать вам по электронной почте. Это позволит вам существенно сэкономить время и повысить эффективность поиска.

Агент увидит, что вам понравилось, а что совсем не подошло, а потому при первичном отборе объектов ему будет проще ориентироваться и отсеять ненужное. Более того, в беседе с агентом вы можете детально проговорить важные критерии на конкретных примерах, благодаря чему он сможет лучше понять вас и то, что вы хотите в действительности.

Просмотр недвижимости

Самое главное, о чем следует помнить на этом этапе, — не смотрите больше пяти объектов в день. Иначе вы запутаетесь, и вам придется тратить время на повторные просмотры. Не на-действуйте на память, заведите специальную тетрадь, в которой вы будете делать пометки напротив каждого объекта. Это поможет вам лучше запоминать объекты и ориентироваться в деталях.

Вне зависимости от того, как прошел день и сколько объ-ектов вы посетили, обязательно обсудите детали с риелтором. Обратите его внимание на то, что вам понравилось, и в осо-бенности на то, что не понравилось совсем. Это поможет ему еще лучше понять, какая недвижимость вас обрадует, а может, даже приведет в восторг.

Приобретение недвижимости в США: что следует знать покупателю-иностранныу?

У меня для вас есть хорошая новость: законодательство Соединенных Штатов никаким образом не ограничивает ино-странцев в приобретении любой недвижимости: как жилой, так и нежилой. Это значит, что вы на общих основаниях, так же, как и резиденты США, вольны покупать в собственность любое жилье, которое вам понравится.

Как я уже говорил, покупка недвижимости — дело непростое, и первое, что вам необходимо сделать, это подобрать себе хо-рошего, грамотного и порядочного риелтора.

Для этого не нужно быть проницательным психологом. По-сле того, как вы выбрали риелтора, заключите с ним соглаше-ние. Отныне этот человек будет представлять ваши интересы и буквально за руку проведет вас по непростому пути покупки недвижимости, начиная собственно с поиска подходящего объ-

екта до приятного момента получения ключей от вожделенной квартиры. Именно он поможет вам определиться с рыночной стоимостью недвижимости, поможет найти подходящий для вас вариант и отбросить лишние, именно риелтор будет отчаянно торговаться с продавцом до того момента, пока цена не станет по-настоящему выгодной.

Кстати, что касается оформления различных документов и поиска специалистов, таких, как технический инспектор, адвокат и других необходимых в процессе приобретения недвижимости людей, этим тоже займется ваш риелтор. А если учитывать, что комиссионные, как правило, оплачивает не покупатель, а продавец, согласитесь, насколько удобен и полезен риелтор для покупателей. Все, что от вас требуется помимо заключения соглашения — внятно сформулировать свои пожелания и требования к будущей недвижимости, бюджет и сроки.

Покупка недвижимости в кредит: как это происходит?

Этому волнующему многих покупателей вопросу я решил посвятить отдельный раздел. Более того, я хочу дать вам конкретную информацию на примере покупки недвижимости в кредит иностранным гражданам в США. Итак, приступим.

Если вы хотите получить кредит на приобретение недвижимости в США, ознакомьтесь с рядом пунктов, которые помогут вам сэкономить время и правильно организовать сам процесс.

1. Если говорить о длительности, процесс оформления кредита занимает, как правило, порядка 20–50 дней. Поэтому стоит иметь в виду эти временные затраты.
2. Кредит выдается на 15 или 30 лет. Что касается ставок, большинство предпочитает фиксированную ставку на весь период кредита. Кроме фиксированной став-

ки существуют такие условия, когда в течение первых 3–5 лет ставка является фиксированной, а по истечении этого срока она может измениться.

3. Обратите внимание, что иностранные граждане в обязательном порядке делают первоначальный взнос, размер которого зависит от типа недвижимости. Если вы хотите купить дом, то на данный момент первоначальный взнос составит 30% от стоимости дома, а для кондоминиума сумма будет чуть выше — 35% от стоимости жилья.
4. Приобретаемая недвижимость может быть оформлена как на физическое лицо, так и на юридическое. В последнем случае юридическое лицо должно быть американское.
5. Для автоматического ежемесячного снятия денег для погашения кредита у вас должен быть счет в банке США.
6. На счету должна находиться сумма, которая может покрыть следующие расходы:
 - Оплата первоначального взноса.
 - Затраты на саму сделку.
 - Более того, на момент совершения сделки на счету должна быть сумма, которая в состоянии покрыть расходы на содержание квартиры или дома, а именно: ежемесячный взнос по кредиту, налог на недвижимость; если кондоминиум, то месячное обслуживание; если приобретается дом, то месячная страховка за него. Общая сумма по этому пункту охватывает период не в один месяц, а от 12 до 24. Деньги можно забрать сразу после того, как сделка будет оформлена. Однако банк должен понимать, что вы располагаете финансовыми возможностями для покупки недвижимости в кредит.

7. Далее вам нужно будет подтвердить свой адрес. Для этого можно использовать какой-либо счет на оплату бытовых услуг, где указаны ваши имя и адрес. Вы можете взять любой счет: за электричество, телефон или газ.
8. Очень важно иметь рекомендательное письмо от банка, в котором у вас открыт счет. Обратите внимание, что счет должен быть открыт не менее двух лет. В вашу пользу сыграет тот факт, что у вас есть дополнительные средства на счету в другом банке США. Как вы понимаете, чем больше таких дополнительных счетов, тем выше вероятность положительного ответа.
9. Обязательным будет письмо о вашем бизнесе. И если у вашей компании есть web-сайт, это будет очень кстати. Если сайта нет, нужны брошюры, буклеты, листовки — то есть то, что поможет банку получить о вашей компании больше информации. Имейте в виду, что в ряде случаев банк может затребовать рекомендательные письма и от тех компаний, в которых вы работали ранее.

Что касается расходов, обратите внимание, что до начала оформления кредита и подачи документов в тот или иной банк вы должны оплатить:

- оценку дома, стоимость которого колеблется от 350 до 1 500 долларов и зависит от стоимости приобретаемого жилья. Этот документ заказывает банк;
- если вы приобретаете кондоминиум, необходимо оплатить стоимость документа из кондо, она составляет от 50 до 250 долларов;
- если вы не владеете языком, вам понадобится оплатить перевод документов (порядка 70 долларов за страницу).

Что нужно для получения кредита? Детали и подробности

Думаю, теперь стоит более подробно остановиться на некоторых факторах и моментах, которые влияют на получение кредита. Полагаю, тем, кто планирует приобретать недвижимость в ипотеку, этот раздел книги будет очень полезен и поможет сэкономить массу времени.

Итак, на возможность получения кредита, а также на размер и условия его получения влияет ряд факторов:

- Является ли покупатель резидентом/нерезидентом; каким образом характеризуется его кредитная история; посредством каких документов покупатель может подтвердить свою платежеспособность. Также имеют значение такие факторы, как возраст, род деятельности, материальное и семейное положение и пр.
- Все, что связано с приобретаемой недвижимостью: состояние, стоимость, условия приобретения.
- «Бумажные» дела: правильность оформления документов и профессионализм компании, которая занимается выдачей займа.

Правильное оформление документов, включая достоверность предоставленной информации, существенно повышает ваши шансы получить ипотечный кредит на приемлемых условиях. Имейте в виду, что банк может потребовать у вас дополнительные документы: это зависит как от вида ипотечной программы, так и от размера кредита. Именно поэтому я рекомендую не заниматься самодеятельностью, а обратиться к специалисту по финансированию: его помощь может ока-

заться для вас поистине неоценимой, так как он знает кучу нюансов и, попросту говоря, «собаку съел» на оформлении подобных документов, а вы — нет. Если только вы сами не являетесь специалистом по финансированию.

В общем, если вы хотите, чтобы ваши документы были заполнены так, как надо, не тратьте время и нервы — делегируйте эту задачу компетентному человеку. Подобные специалисты помогут вам, начиная с оформления заявления на получение кредита и заканчивая подписанием кредитных документов, даже если вы решите приобрести недвижимость удаленно, не приезжая в США.

Раскрою небольшой секрет. Чем больше вы соберете документов, тем лучше для вас. А потому внимательно изучите список необходимых документов:

- Копии паспорта (внутреннего и заграничного) и визы.
- Форма банка, подписанная вами: в этой форме-заявлении вы подписываетесь под намерением работать с конкретным банком.
- Документы, подтверждающие вашу кредитную историю. Подойдут кредитные карты, которые вы использовали в течение последних 12 месяцев. Если карт нет, запаситесь рекомендациями из банков о состоянии ваших текущих счетов. Обратите внимание, что накануне подачи вашей заявки банковский счет должен быть действующим как минимум год. Что касается отчетов, понадобятся отчет из вашего текущего банка по кредитам и дебетам (за 12 месяцев), а также отчет о состоянии счета за последние три месяца с разбивкой баланса по каждому месяцу.
- Что касается вашей платежеспособности, необходимо подтвердить свои доходы: справка о доходах и подтверждение трудового стажа (как минимум за 2 года) — это

второй по важности документ. Вы должны убедить банк в том, что имеете возможность стабильно делать платежи по кредиту.

- Подготовьте документы, которые подтверждают, что у вас в собственности есть дорогостоящее имущество (участок, квартира, дом). Если у вас есть ипотечный кредит, представьте документы по кредитным выплатам, выплатам по налогу и страховке, а также справки по квартплате и коммунальным платежам.
- Если вы ранее брали кредиты и можете похвастаться их своевременным погашением, обязательно приложите соответствующие документы. Для вас такая обязательность будет большим плюсом. В данном случае совершенно не важно, что именно вы покупали в кредит: стиральную машину, телевизор или мобильный телефон. Важным является ваша ответственность в отношении сроков оплаты. Если у вас на данный момент есть кредит, не утаивайте от банка этот факт. Его наличие не является отказом в получении ипотечного кредита. Просто сумму ваших платежей будут рассчитывать с учетом имеющегося кредита и в соответствии с уровнем дохода.

Если вы проживаете в США легально, у вас есть постоянная работа и хорошая кредитная история, вы сможете претендовать на получение ипотечного кредита на таких же условиях, которые предоставляются резидентам Соединенных Штатов. Обратите внимание, что заемщиком может быть как физическое лицо, так и компания.

Как правило, условия финансирования обусловлены не только стоимостью недвижимости, но и вашим финансовым положением. А на процентную ставку оказывает влияние ваша кредитная история и наличие как счетов в американских и евро-

пейских банках, так и рекомендации от этих банков. Это не обязательные условия, тем не менее, все это принимается банком во внимание при рассмотрении заявки на получение кредита.

Если вы планируете приобретаемую собственность сдавать в аренду, банк может принять во внимание эти потенциальные доходы, особенно в том случае, если они могут быть официально подтверждены.

Процентные ставки и сроки

Теперь давайте более внимательно посмотрим на процентные ставки и сроки. Договор, который вы заключаете с банком, не является вечным. В договоре прописываются конкретные сроки и процентная ставка, однако вы можете либо продлить его и скорректировать процентную ставку в соответствии с новыми ставками банка, либо вы имеете возможность заключить договор с какой-то иной финансовой организацией, чьи условия вам кажутся более выгодными. В последнем случае вы как бы переводите кредит в другое место.

Работает это следующим образом. В тот момент, когда банк выдал вам ссуду, вы стали его должником. Но после «переезда» кредита в другой банк вы занимаете деньги уже у него — для того, чтобы расплатиться с тем банком, из которого кредит «переехал». Таких «переездов» может быть несколько: как правило, срок погашения кредита составляет 15–30 лет, а договоры с банками можно заключать на сроки от 6 месяцев до 5–7 лет. Кстати, перезаключение договора даже с одной и той же организацией подразумевает не только корректировку процентной ставки, но и условий выхода, возможность внепланового или досрочного погашения выплат по кредиту.

У банков, как правило, всегда есть несколько форм кредитования, которые различаются, в первую очередь, размером процентной ставки (*interest*). Процентные ставки, в свою оче-

редь, обусловлены текущим состоянием рынка, а также сроком действия договора.

Процентные ставки, кроме размера, отличаются и по виду: есть фиксированная ставка (*fixed rate mortgage*) и плавающая ставка (*variable rate mortgage*). В первом случае ставка будет неизменной на весь срок действия договора, что бы ни произошло. А если вы выбираете плавающую процентную ставку, будьте готовы к тому, что она будет изменяться в соответствии со ставками, которые банк предлагает в тот или иной момент.

И если банком ставка будет повышена, платить придется больше. И наоборот, при уменьшении банковской ставки ваша процентная ставка будет уменьшена. Плавающая процентная ставка считается более рискованной, хотя нередко она ниже, нежели фиксированная. Впрочем, даже если вы сначала выберете плавающую ставку, договор предусматривает возможность перевести ее в фиксированную и закрепить на период действия договора текущую процентную ставку.

Также продумайте, как вы поступите в том случае, если в какой-то момент не сможете делать выплаты. Учтите, что банк, как правило, предоставляет владельцу жилья не более трех месяцев для возобновления платежей. По истечении этого срока банк может изъять недвижимость и выставить ее на продажу. Поэтому, прежде чем подписывать договор с банком, вы должны все тщательно продумать, дабы какие-то моменты впоследствии не стали для вас неприятным сюрпризом.

Как открыть банковский счет и ввезти наличные в США?

Побеспокоиться об открытии банковского счета нужно в том случае, если вы планируете приобрести недвижимость в кре-

дит. Если же покупка будет оплачена наличными, в открытии счета нет никакой необходимости. Обратите внимание: когда вы едете в США, не берите с собой сумму, превышающую 9999 долларов, в противном случае нужно будет оплачивать пошлину согласно законодательству вашей страны. Сумму, необходимую для приобретения недвижимости, лучше отправить банковским переводом на счет нанятого вами адвоката или же на счет эскроу. Учтите, что некоторые из банков в таких случаях требуют предъявить контракт на покупку недвижимости.

Еще один приятный момент: сумму, которую вы ввозите в США, налогом не облагается. Однако при себе лучше иметь документы, подтверждающие ее происхождение. Таким документом может быть, например, договор продажи квартиры или дома в СНГ.

Удаленное приобретение недвижимости

Если вы хотите купить недвижимость в Соединенных Штатах, но приезжать лично для этого не намерены, вы можете осуществить это удаленно. Никаких проблем и сложностей здесь нет. Обратите внимание, что в некоторых штатах страны сделка по приобретению недвижимости оформляется адвокатом, благодаря чему вы можете в своем посольстве оформить на конкретного адвоката доверенность и переслать ее почтой.

Что касается денежных средств, их нужно будет перевести на специальный трастовый счет вашего адвоката. Именно с этого счета после окончания сделки деньги будут переведены продавцу. Что немаловажно, риск в этой ситуации практически отсутствует. Конечно, если вы пользуетесь услугами лицензированного специалиста, а не первого попавшегося человека, найденного вами по объявлению. Лицензированные специалисты безумно дорожат своей репутацией по той простой

причине, что если они будут заниматься «темными делишками», у них отберут лицензию. Благодаря этому покупатель может быть спокоен: все этапы операции будут прозрачны и законны. Осмотрительность особенно важна при покупке дорогой недвижимости: перед тем, как остановить свой выбор на конкретной компании или специалисте, удостоверьтесь, что компания является солидной, опытной и известной на этом рынке.

В штате Флорида приобретение недвижимости также может осуществляться посредством Title Company — эскроу-компании.

Эскроу — это Escrow Account (залоговый счет), который играет роль неприкосновенной ячейки в банке. У продавца нет доступа к этим деньгам, средствами может распоряжаться адвокат в соответствии с договором купли-продажи. После оформления сделки и вычета всех расходов деньги со счета эскроу перечисляются продавцу. Этот вид сделки также сводит риски практически к нулю.

Покупка жилья за наличные

Если вы приобретаете недвижимость за наличные, на всю процедуру покупки жилья вы потратите примерно от двух недель до месяца. После того, как вы определились с желаемым объектом недвижимости, ваш риелтор осуществляет подготовку договора купли-продажи или, как его еще называют, контракта. Заключение контракта происходит при непосредственном участии риелтора.

Давайте рассмотрим внимательно пример договора покупки и продажи.

При заполнении такого договора необходимо обратить внимание на ряд очень важных деталей.

На первой странице договора:

- В строке адрес должен быть обязательно включен Folio number или Real Property Tax ID No — это регистрационный номер (кадастровый номер), который присваивается каждой единице недвижимости округом (County) при строительстве.
- Initial deposit. Помимо цены, огромное внимание уделяется сумме задатка (Аванс). Считается, что чем выше задаток, тем серьезнее намерения покупателя. В случае, когда продавец получает несколько предложений, разумеется, предпочтение получит предложение с более высоким задатком.
- Time for acceptance. Здесь должны быть указаны сроки принятия хозяином вашего предложения. Это может быть очень важно, особенно если вы делаете предложения в отношении нескольких объектов недвижимости одновременно.
- Closing date. Дата заключения сделки также должна быть указана на первой странице. При указании даты продумайте все внимательно: у вас должно быть достаточно времени для оформления сделки и перевода денег. В противном случае вы ставите под угрозу ваш депозит.

Вторая страница договора:

- Assignability. Этот пункт договора оставляет за вами право переписать соглашение на другое лицо и тем самым снять с себя все обязательства. Как правило, этот пункт используется в тех случаях, когда стоит вопрос о перепродаже недвижимости другому покупателю.
- Financing. В этом пункте необходимо указать, каким образом вы приобретаете недвижимость — за наличные или с помощью ипотечного кредита.

Если недвижимость покупается в кредит, пункт Financing позволит вам получить назад свой депозит, если банк откажет вам в кредите. Он освободит вас от обязательств по договору. В целом при заполнении и подписании договора будьте внимательны и неторопливы. Если не хотите упустить понравившуюся вам недвижимость, проявите максимум ответственности ко всем пунктам и деталям договора. Проставьте инициалы и подпишитесь на каждой странице договора — это лишит продавца возможности разорвать сделку, если ему подвернется более выгодное предложение в период оформления ваших бумаг. А такие случаи нередки, особенно во время роста цен на недвижимость; любая ошибка или пропущенная подпись может «увести» приглянувшуюся квартиру или дом буквально из-под вашего носа.

Кроме продавца, покупателя и риелтора на этом этапе сделки подключается еще одно «действующее» лицо — либо титульная компания (Title Company), либо адвокат, нанятый покупателем для регистрации сделки (Closing Attorney).

Задача одного из участников этого этапа — проконтролировать юридическую чистоту сделки, а также проверить и заверить все необходимые для проведения сделки документы.

После того как все проверено, покупатель должен внести залог (депозит), размер которого может колебаться от 5 до 10% от стоимости объекта недвижимости.

Хранением депозита занимается титульная компания или адвокат. На этом же этапе можно проверить, в каком состоянии находится объект недвижимости (Inspection). Впрочем, это не обязательно. Но если вам не все равно, насколько жизнеспособны коммуникации, сантехника, и как скоро все это может потребовать ремонта, то лучше не полениться и позаботиться о тщательной проверке. В договоре этот момент должен быть прописан в одном из пунктов: согласно условиям контракта вы можете в течение N дней после его подписания осуществить необходимые проверки.

Кстати, сроки на проведение проверки могут быть изменены по вашему усмотрению. Если результат инспекции будет неудовлетворительным, вы имеете право выдвинуть новые условия, либо разорвать контракт и забрать свой задаток.

Для проведения подобных проверок нанимается лицензированный специалист (Property Inspector), в задачи которого входит выявление возможных конструктивных дефектов помещения, проверка состояния электропроводки, сантехники и различных коммуникаций. Эта полезная процедура стоит совсем недорого, порядка 250–500 долларов, однако именно такая проверка поможет вам получить реальное представление о состоянии объекта недвижимости и избавиться от иллюзий. Помимо этого вы можете осуществить более детальную проверку, которая позволяет обнаружить (или наоборот, не обнаружить), есть ли в вашем будущем доме терmites (и другие насекомые), а также радон, свинцово-содержащие краски и даже та или иные виды плесени.

Согласитесь, узнавать о подобных вещах постфактум как минимум неприятно, как максимум слишком дорого, так как требует каких-либо видов ремонта.

Теперь давайте вернемся к «бумажным» делам. После того, как договор купли-продажи подписан, наступает время для проверки юридической регистрации собственника недвижимости (Title Search). Это необходимо для того, чтобы своевременно определить, не находится ли недвижимость, выставленная на продажу, в залоге, либо нет ли у текущих владельцев каких-либо обязательств по ипотечному кредиту. Иначе говоря, нужно понять, возможна ли продажа конкретной недвижимости и нет ли каких-либо причин этому препятствующих. Этой проверкой занимается либо адвокат покупателя, либо Title Company. Обратите внимание, что стоимость этой проверки не нужно оплачивать дополнительно, она входит в общие расходы по ведению сделки.

Параллельно с проверкой осуществляется оформление договора обязательного страхования недвижимости. Этой процедурой занимается титульная компания. Кстати, именно она потом вручит покупателю страховой полис на объект недвижимости (Title Insurance). Если же вы покупаете не дом, а участок земли, то можете не тратить время на инспекции и страховки. Земельный участок приобрести проще и быстрее всего.

Теперь что касается получения документов на право собственности. Документ, который подтверждает право собственности на конкретный объект недвижимости, называется deed. Как правило, он вручается покупателю после того, как на счет титульной компании или адвоката, ответственного за оформление (закрытие) сделки, поступает полная оплата. Однако в ряде штатов покупатель получает право собственности только после того, как deed будет зарегистрирован в окружном суде или же специальной регистрационной палате.

В последнем случае титульная компания должна представить документы клерку окружного суда, после чего покупатель получает на руки уже зарегистрированный deed.

Что нужно знать покупателю о дополнительных расходах?

В процессе заключения договора купли-продажи стороны заранее договариваются, на чьи плечи ложатся те или иные расходы. Как правило, расходы покупателя состоят из следующих пунктов:

- оплата услуг адвоката или титульной компании 500–3000 долларов;
- расходы на общее страхование недвижимости порядка 0,5–2% от стоимости;

- пошлины при покупке (State Documentary Stamp Tax) 0,35 долларов на каждые 100 долларов;
- судебные пошлины 100–200 долларов;
- пошлина на кредит (Intangible Tax) 2 доллара за каждую 1 000 долларов;
- Title Search 150–300 долларов;
- инспекция термитов 50–150 долларов;
- инспекция дома 300–500 долларов;
- ежегодный налог на недвижимость — 1,5–2% от стоимости недвижимости.

Как я уже говорил, услуги риелтора, которые составляют порядка 5–6%, как правило, оплачивает продавец. На продавца также ложится оплата налога на передачу собственности (в размере 0,7% от суммы сделки).

Если вы хотите, кроме обязательного страхования недвижимости, застраховать жилье дополнительно, например, от стихийных бедствий, приготовьтесь ежегодно оплачивать от 0,5 до 2% от стоимости объекта. На стоимость конкретной страховки влияет огромное количество факторов и рассчитывается она индивидуально.

Как правильно покупать недвижимость?

Я уже не раз акцентировал внимание на том, что главная ошибка, которую допускают все приехавшие в Америку люди — это пытаются задействовать все свои связи и всех знакомых. Это касается и решения вопроса покупки недвижимости. Дело в том, что каждый знакомый получает свое денежное вознаграждение, но это не гарантирует того, что он всегда посоветует самого лучшего агента или брокера по недвижимости. В результате человек

начинает якобы бесплатно работать с риелтором, которому он в любом случае отдаст из своих денег до 6% от покупки.

Вы должны помнить о том, что риелтор работает против вас, его задача состоит в том, чтобы продать вам какой-нибудь объект быстро и эффективно. У людей из России есть неприятная привычка не рассказывать свои явные критерии и не раскрывать всей правды, поэтому люди вам будут подбирать недвижимость, основываясь на заведомо ложных сведениях, которые вы им дали. И вам будут продавать дома только в тех районах, в которых они работают.

Самая эффективная система продажи недвижимости заключается в следующем: вы находите консультанта по недвижимости, который в любом случае получает свое вознаграждение, независимо от того, на какую сумму состоится сделка. Существует некоторая опасность в работе с людьми по знакомству. При принятии какого-либо решения активируется психологический фактор оправдать правильность или неправильность своих действий. Соответственно, человек будет рекомендовать всегда тех людей, с которыми он работал, и будет оправдывать принятые решения. Поэтому, если ему, например, продали дом в каком-то поселке, то на психологическом уровне будет комфортней советовать всем своим друзьям поселиться именно здесь.

Он даже будет понимать все минусы того места, где он сейчас находится. Но при этом, это не помешает ему рекомендовать своего риелтора, который продал ему этот дом. Человеку может и в голову не прийти мысль, что где-то есть места лучше и красивее.

Руководствуясь советами своих знакомых и друзей, можно попасть в неприятную историю, которая приключилась с Аллой Пугачевой и Филиппом Киркоровым. Например, Алле Пугачевой риелтор продал две квартиры в доме на нижних этажах. И, может, в России это считается хорошими условиями, но в США

ценятся пентхаусы, это самые выгодные и ходовые квартиры. При этом ей продали квартиры, в которых окна выходили на какую-то парковку. Так случилось потому, что она доверились советам своих знакомых и подумала, что нужно брать то, что предлагают, ведь других вариантов больше не существует.

Похожая история случилась и с Филиппом Киркоровым, который приобрел дом не только по цене выше рыночной, но и на пересечении двух дорог, поэтому красивый вид отсутствовал полностью. А теперь сравните — за те же деньги мы нашли для одного олигарха дом с выходом на океан и возможностью парковать собственную яхту. Этот дом был больше по размеру и намного красивее недвижимости Киркорова.

Подобные случаи происходят с людьми по причине того, что они попадают в зависимость от страха, что люди, с которыми они будут работать, смогут им каким-то образом навредить. Но вся правда состоит в том, что именно люди по рекомендации способны сделать это, они замыкаются в своем мире и не располагают свежей и актуальной информацией.

Приведу пример правильной покупки недвижимости. Все риелторы испытывают некоторый стресс из-за того, что уровень их заработка находится в подвешенном состоянии. Они не знают, смогут ли они заработать до того момента, пока не получили чек от продажи и свои комиссионные.

Если вы хотите работать с грамотным человеком, то вам нужно платить. Есть такое понятие как «халява», которая не выгодна всем, кто пытается иметь с ней дело. Это понятие всегда работает отрицательно и исключений не существует.

К примеру, если вы покупаете дом за 5 миллионов долларов, то средние комиссионные будут составлять 6%. Это получается 300 тысяч долларов на двух риелторов — один подписывает контракт на продажу, а второй — контракт на покупку, или работает один, который представляет обе стороны. Последний вариант самый негативный, ведь все, что нужно риелтору

в этом случае — это продать вам дом, несмотря на ваши требования, критерии и так далее. Риелтор расскажет вам все, что будет ему угодно.

То есть вы как покупатель из своего кармана платите 300 тысяч долларов за покупку дома за 5 миллионов долларов. С таким же успехом вы можете нанять компанию за часть этой цены, например, за 50 тысяч долларов, которая будет работать с вами целый год и которая позволит вам оставить себе оставшуюся сумму. Иными словами, заплатив 50 тысяч долларов, вы сэкономите 250 тысяч долларов и к «халяве» это не относится, потому что вы выбрали самого профессионального агента, который прекрасно понимает то, какие у него задачи, что ему нужно сделать и т.д.

Работая с олигархами из России, я использовал этот же способ. Мои клиенты были вменяемыми людьми, они могли понять эту систему и заплатить деньги вперед. Мы купили для одного человека через полтора года объект за 6,5 миллионов долларов, который на рынке оценивался в 8 миллионов. Я знал весь рынок, всех продавцов, всех строителей и всех риелторов, которые являлись главными игроками на этом рынке. Именно поэтому у меня получилось сэкономить 1,5 миллиона долларов и комиссионные (консультанту было выгодно договориться с риелтором со стороны продавца, скинув комиссионные с 3% до 2%). Поэтому такая схема работы очень эффективна.

Покупка и продажа недвижимости: ошибки и заблуждения

У каждого из нас есть свои стереотипы, иллюзии и заблуждения. Такова человеческая природа, и в этом нет ничего заранее предопределенного. Однако когда дело касается денег, лучше оперировать реальными категориями, а не только нашими представлениями.

ями о том, как это бывает или должно быть. Я хочу рассказать о нескольких типичных заблуждениях, которые нередко начинают править умами людей, как только они вступают на путь покупки или продажи недвижимости.

Торг

Ошибка первая заключается в том, что покупатель намерен отчаянно торговаться, потому что уверен, что изначально цена продаваемого объекта завышена, а потому и ее, и продавца стоит окунуть в реальность. Как показывает практика, это неверно. Хорошее жилье стоит недешево, а потому, если вы планируете во время торга скинуть 10 тысяч долларов и более, спешу вас расстроить — продавец на это не пойдет. Если вам не нужен торг ради торга, не тратьте время, иначе пока вы будете наслаждаться процессом, этот дом купит кто-то другой. Причем по заявленной продавцом стоимости.

Размер скидки

Я сейчас вам сообщу занимательную вещь. Представьте, оказывается, бывают случаи, когда размер скидки совершенно не важен.

И это правда. Приведу пример: представьте, что вы хотите продать дом за 200 тысяч, но опасаетесь, что покупатель будет торговаться. Что вы сделаете в этом случае? Правильно, накинете несколько тысяч для торга, чтобы получить запланированную сумму. Эта иллюзорная скидка ничего не сэкономит покупателю, а вам позволит просто получить ту сумму, на которую вы и рассчитывали. А из удовольствия — разве что слегка поторговатьсь.

Как правило, и продавец, и покупатель в курсе этой небольшой игры, однако каждая из сторон всегда на что-то надеется.

Покупатель верит, что сможет выторговать больше, а продавец надеется, что покупатель не станет торговаться, и тогда у продавца, кроме запланированной суммы, образуется дополнительный денежный сюрприз.

Для того чтобы не проиграть, я рекомендую воспользоваться услугами профессионального оценщика недвижимости, который, владея необходимой информацией о рынке, обозначит реальную стоимость объекта. Согласитесь, иметь представление о том, сколько недвижимость стоит в действительности, куда лучше, нежели необоснованно переплатить за нее только потому, что вам попался слишком жадный и хитрый продавец.

Хочу обратить ваше внимание на еще один интересный момент. Иногда в базе данных недвижимости вы можете увидеть объекты, которые вызовут бурное удивление и приятный воссторг. Еще бы, ведь они имеют привлекательную стоимость — на 10–50% ниже рыночной. Не торопитесь радостно потирать ладошки и тянуться к телефону. Как правило, такая стоимость обусловлена двумя причинами: либо люди перепродают недвижимость близким, и она вам не достанется в любом случае, либо часть суммы нужно заплатить отдельно, как говорят риелторы, «под столом», чтобы при регистрации заплатить меньше налогов. Стоит ли рисковать и играть с государством, пускаясь в опасные махинации с налогообложением, решать вам. Но лично я не рекомендую.

Надеюсь, что я сумел развеять ваши заблуждения, и вы не допустите ошибок, которые могут ударить по вашему карману или самолюбию, если в результате слишком отчаянного торга понравившийся объект вам, к сожалению, не достанется.

На рынке бывают разные ситуации. Порой он может, так сказать, несколько замедлиться. Что это значит? Для того чтобы продать недвижимость, требуется больше времени. Это обусловлено экономической ситуацией в целом, и такую особенность рынка нужно непременно учитывать, дабы преждев-

ременно не огорчаться и не расстраиваться.

Исходя из этой ситуации, нужно понимать, что если сегодня вам попался потенциальный покупатель с более-менее адекватным предложением, стоит присмотреться к нему внимательнее, даже если предложенная им сумма не совсем отвечает вашим запросам. Вполне возможно, что следующий такой покупатель появится нескоро и неизвестно, с каким ценовым предложением, потому что предложений на рынке недвижимости становится все больше. Поэтому не допускайте ошибку, безоговорочно отметая предложение, кажущееся не подходящим на первый взгляд. Отказаться вы всегда успеете, а вот договориться, если покупатель уже ушел, нет.

Кстати, не спешите расстраиваться преждевременно. Если вы продаете недвижимость с намерением тут же купить что-то другое, имейте в виду: ваш будущий продавец, скорее всего, окажется в аналогичной ситуации, и ему также придется снизить цену. А это значит, что в целом вы ничего не потеряете. В обратном случае ситуация аналогичная: если вы продаете дом дорого, то, покупая следующую недвижимость, вы также будете вынуждены заплатить за нее недешево.

Иначе говоря, все сбалансировано, а потому оперируйте не голыми цифрами, а ситуацией на рынке в целом. Прежде чем планировать какие-либо операции с недвижимостью, изучите текущую ситуацию и тщательно проанализируйте, что происходит на рынке недвижимости в тот или иной отрезок времени.

Это позволит вам выбрать правильный курс и оперировать конкретными фактами, а не иллюзиями и собственными заблуждениями.

Схемы владения недвижимостью

Для иностранных граждан предусмотрены различные схемы владения недвижимостью в Соединенных Штатах. Предлагаем

рассмотреть каждую из них, чтобы вы могли определить, какая из схем наиболее удобна для вас.

Учтите, что каждая схема имеет свою специфику и особенности; применение той или иной схемы определяется как налоговой ситуацией, так и целями инвестирования. Кроме того, существуют различные варианты, благодаря которым можно оптимизировать налогообложение по отношению к инвестициям.

Прямое владение собственностью

Основным преимуществом такого вида является отсутствие обязательств по оплате повторных налогов при репатриации прибыли. Кроме того, для этой схемы предусмотрена адекватная налоговая ставка, и также имеет место прирост капитала в случае продажи недвижимости.

Если говорить о недостатках прямого владения собственностью для нерезидента, к ним следует отнести более высокую налоговую ставку, которая касается физических лиц, но не затрагивает корпораций. Подробную информацию о налогах вы можете получить, пройдя по этой ссылке http://en.wikipedia.org/wiki/Estate_tax_in_the_United_States.

Владение недвижимостью через ООО (LLC)

Эта схема схожа с прямым владением недвижимостью, однако она так же, как и корпорации, имеет ограниченную ответственность. Этот момент считается основным преимуществом использования данной схемы. В случае если у объекта недвижимости несколько владельцев, подоходный налог выплачивается самостоятельно каждым партнером ООО. Если же собственник один, он один несет налоговое бремя.

Как правило, подоходный налог ООО платит в стране проживания, однако ряд иностранных государств рассматривает

американское Общество с Ограниченнной Ответственностью как корпорацию, что может создать разногласия в вопросах налогообложения как в своей стране, так и в Соединенных Штатах. Для того чтобы избежать возможных хлопот и проблем в случае владения недвижимостью через ООО, необходимо сотрудничать с налоговым консультантом. При этом важно, чтобы налоговый консультант имел опыт работы по международным сделкам.

Владение недвижимостью через иностранный корпорацию

Если иностранная корпорация приобретает недвижимость в США напрямую, то все обязанности по подаче налоговых деклараций возлагаются на иностранное юридическое лицо. Обратите внимание, что налоговая ставка на ведение бизнеса иностранной компанией в США составляет 35%. В случае, когда несколько объектов недвижимости принадлежат одному иностранному юридическому лицу, все доходы и убытки от различных объектов могут компенсировать друг друга. Однако потери одного объекта влияют на другой объект.

FIRPTA (Foreign Investment in Real Property Tax Act) – это закон, регулирующий налогообложение иностранных инвестиций в недвижимость Соединенных Штатов, который был принят Конгрессом США в 1980 году. Этот закон был принят, чтобы иностранные инвесторы выплачивали такой же объем подоходного налога, как и резиденты США; в данном случае речь идет о налоге после продажи недвижимости, в которую были инвестированы средства, либо в случае иного способа ее отчуждения. В соответствии с этим законом владение недвижимостью приравнивается к ведению торговли либо осуществлению какой-либо другой предпринимательской деятельности.

Владение недвижимостью через американскую корпорацию

Если нерезидент решит владеть недвижимостью через американскую корпорацию, это позволяет получить защиту его индивидуальных активов. При этом ставка на ведение бизнеса составляет 35%. Поскольку налогоплательщиком становится корпорация, для частного лица отпадает необходимость в подаче налоговой декларации.

Однако корпорация обязана открывать информацию в отношении любого лица, которое владеет 50% акций и более. Акции корпорации будут облагаться налогом на наследство, а репатриация доходов будет подвергаться двойному налогообложению, если только корпорация не ликвидируется после продажи недвижимости. Если ликвидировать корпорацию по каким-то причинам невозможно (например, у корпорации во владении несколько объектов недвижимости), то репатриация подлежит двойному налогообложению.

Владение недвижимостью через многоуровневые структуры

Как показывает практика, многие иностранные инвесторы предпочитают многоуровневую структуру, которая подразумевает схему, где иностранная корпорация владеет американской корпорацией. В этом случае нерезидент получает защиту активов, а также не имеет обязанности по предоставлению личного подоходного налога в США. При использовании этой схемы не применяются налоги на наследство и на дарение. Также не налагается налог на прибыль в филиале, поскольку недвижимостью владеет американская корпорация. Амери-

канская корпорация может быть ликвидирована после продажи имущества. Что касается денежных средств, они могут быть репатриированы в иностранную корпорацию, причем без уплаты каких-либо налогов на американском уровне.

При использовании данной схемы американская корпорация будет платить налоги на прирост капитала, как и какая-либо другая американская корпорация. Если национальная корпорация будет ликвидирована в первую очередь, доходы от продажи недвижимости будут распространены на иностранные корпорации без дополнительных налогов на прибыль.

Содержание недвижимости в США

Что касается расходов непосредственно на содержание недвижимости, здесь тоже есть отличия в зависимости от типа. Расходы в кондоминиумах носят название homeowners association fee и включают в себя расходы на содержание мест общего пользования, на благоустройство территории и страховку. Иногда в эти расходы также может быть включена стоимость воды, интернета и кабельного телевидения. Оплата включается в ежемесячные взносы в Ассоциацию домовладельцев (HOA), которая осуществляет платежи. Владелец же оплачивает газ, телефон и электроэнергию.

Если вы решили купить дом, давайте посмотрим, какие расходы могут ждать вас в этом случае. Если взять, например, дом с двумя ванными комнатами, двумя гаражами и тремя спальнями, ежемесячно нужно будет делать следующие платежи: порядка 100–250 долларов за электроэнергию, столько же за водоснабжение, около 60–100 долларов за содержание в порядке газона. Кстати, все платежи можно осуществлять через интернет.

Как мы уже говорили, кроме обязательной страховки можно оформить дополнительные. Более того, можно отдельно

застраховаться от пожара, застраховать сантехнику, электропроводку, сплит-системы и пр.

Для тех из вас, кто не планирует пока проживать в приобретенном жилье и, как следствие, следить за его состоянием и своевременной оплатой коммунальных платежей, есть возможность обратиться к управляющей компании, которая за определенную плату с удовольствием возьмет на себя все хлопоты по этой части. Именно управляющая компания будет вносить оплату за все коммунальные платежи, решать различные проблемы, платить налоги и взимать плату с арендаторов.

Как правило, стоимость услуг управляющей компании может колебаться от 10% до 15% от ежемесячной арендной платы. Все детали, в том числе и по оплате, прописываются в договоре между владельцем и управляющей компанией. После того, как договор заключен, владельцем недвижимости вносится единовременный платеж, размер которого составляет 50% от месячной платы за аренду недвижимости.

Аренда недвижимости

Что касается поиска интересующего вас жилья, вы можете пойти двумя путями. Путь первый — это самостоятельный поиск. «Бороздите» просторы газет, интернет-форумов и досок объявлений: вполне возможно, что вы найдете что-то подходящее. Для поиска можем порекомендовать следующие сайты: Trulia.com, Zillow.com, Hotpads.com, Realtor.com, Craigslist.com.

Второй путь — обратиться в агентство по недвижимости. Как показывает практика, это самый эффективный путь, особенно с учетом того, что очень многие интересные варианты из базы агентства попросту не попадают на страницы газет и в интернет. Учитывая, что вы НЕ платите комиссию агентству, возможности здесь гораздо шире.

В США риелтор получает комиссионные от арендодателя, арендатору работы риелтора обходится бесплатно.

Имейте в виду, что стоимость арендной платы прописывается в договоре и не может быть изменена до окончания срока действия договора. Договор обычно заключают на год, но в некоторых случаях может быть больший или меньший срок по договоренности сторон. Далеко не всегда арендная ставка меняется после окончания договора, все зависит от ситуации на рынке. Если одна из сторон не выполняет или нарушает условия договора, пострадавшая сторона может расторгнуть договор и потребовать в судебном порядке моральную компенсацию за причиненный ущерб.

Что немаловажно, арендодатель не имеет права дискриминировать потенциального арендатора по различным признакам, таким, как национальность, расовая принадлежность, пол, возраст, вероисповедание, инвалидность или наличие несовершеннолетних детей. И если в России не редкость, когда в объявлении указано, что жилье сдается либо славянам, либо семьям без детей и так далее, то здесь такие номера не пройдут: арендодатель с подобными «ограничителями» может быть подвергнут наказанию вплоть до лишения свободы.

Процесс оформления аренды очень прост: вам находят подходящее жилье, вы делаете арендодателю предложение и вносите задаток. Обычно деньги вносятся на счет риелторской компании, где они и находятся до завершения сделки. Не рекомендую вносить задаток непосредственно арендодателю, хотя это кажется более простым и привычным. В случае каких-либо изменений или форс-мажорных обстоятельств (как с вашей, так и с его стороны) могут возникнуть проблемы с возвратом средств. Чтобы избежать этого, действуйте через риелторскую компанию.

Имейте в виду, что подписание соглашения об аренде еще не означает, что вы тут же получите ключи и въедете в новое жилище. Как правило, потенциального арендатора, особен-

но если он планирует жить в приличном месте, проверяют на наличие криминального прошлого. Стоимость проверки, за которую платит арендатор, составляет порядка 50 долларов. Если проверка не выявила ничего предосудительного, вы можете въезжать, распаковывать чемоданы и радоваться жизни. Если вы хотите арендовать квартиру в кондоминиуме, приготовьтесь, что проверка может затянуться на несколько недель. Здесь алгоритм следующий: вы подаете заявление в Ассоциацию кондоминиума, оплачиваете 100–150 долларов за проверку вашей личности и ожидаете результаты проверки от одной до трех недель. К сожалению, ускорить проверку и обработку информации практически невозможно: в Ассоциации заседают в основном пенсионеры, которым свойственны бюрократичность и негодование при виде взяток.

Кратковременная аренда

Если вы планируете арендовать жилье на небольшой срок (от недели до месяца), приготовьтесь к большим расходам, потому что стоимость кратковременной аренды превышает обычную в 1,5–2 раза. Кроме того, вам придется заплатить риелтору за услуги, что при длительной аренде обычно делает арендодатель. Комиссия риелтора выплачивается при подписании договора аренды и колеблется от 100–500 долларов.

Также учтите, что при кратковременной аренде вам придется внести депозит. Это своего рода страховка арендодателя на тот случай, если арендатор повредит имущество.

Теперь давайте от слов перейдем к цифрам. Например, вас заинтересовала двухкомнатная квартира, которая при длительной сдаче в аренду стоит 2 000 долларов в месяц. Арендовать на короткий срок вы сможете ее за 4 000 долларов. В целом, ваши расходы составят: 4 000 долларов за месяц проживания, 4 000 долларов депозит и 500 долларов комиссионных риелтору.

Аренда недвижимости: плюсы и минусы проживания в «чужом» доме

Несмотря на то, что владение собственной недвижимостью кажется весьма привлекательным, съемное жилье имеет немало поклонников, причем не только среди тех, кто не может позволить себе купить недвижимость.

Один из больших плюсов съемного жилья заключается в том, что вы можете менять место жительства так часто, как вам захочется. И это на руку тем, кто любит периодически менять районы, города, страны. Согласитесь, покупать каждый раз дом или квартиру там, где вы планируете провести пару лет, не совсем удобно. А если у вас изменились жизненные обстоятельства, семейная ситуация или работа? Для того, кто снимает жилье, нет никаких проблем: он пакует чемоданы и переезжает в новую квартиру.

Правда, не стоит забывать о таком моменте, как договор с арендодателем: согласно договору о переезде вы должны предупредить его за определенное время, например, за месяц или два. Так что этот момент стоит учитывать и заключать договор на тот срок, который для вас оптimalен, особенно если вы переезжаете достаточно часто.

Еще один плюс — это то, что у вас нет необходимости заботиться об исправности различных предметов или систем в съемном жилье, это целиком и полностью лежит на плечах собственника. Так что если у вас внезапно сломался унитаз или потекла раковина, непредвиденные расходы ждут арендодателя, а не квартиросъемщика, что удобно и необременительно.

И, что немаловажно, чаще всего ежемесячная плата за съемное жилье бывает ниже, чем расходы на собственный дом или квартиру, особенно это касается первых лет после приобретения. Кроме того, вам не нужно иметь накоплений — достаточно стабильного дохода для оплаты жилья.

Что касается минусов, к ним можно отнести следующие: «плата за воздух» — ваши деньги уходят в карман собственника жилья, практически впустую. Иначе говоря, вы их не инвестируете, а просто тратите. Кроме того, без разрешения собственника жилья вы не сможете привнести в ваш дом какие-то кардинальные перемены. То есть, если вы захотите переклеить обои или покрасить потолок, вам потребуется согласовывать эти действия с арендодателем. А если он будет против?

Что касается уровня съемного жилья, здесь тоже не все на высоте, разве что вы не снимаете дорогую квартиру. Если вы арендуете квартиру в доходном доме, то там наравне с центрой является низким и уровень дома, двора, лифтов и соседей.

На что еще следует обратить внимание, так это на то, что вы в определенной степени находитесь в зависимости от собственника жилья.

И если в один «прекрасный» день арендодатель решит перестать сдавать свою недвижимость, вам придется искать что-то другое. Особенно этот момент бывает неприятным, когда вы не планировали вообще никаких перемен.

Обратите внимание и на то, что с каждым годом цены растут, а это значит, что вы будете должны платить за одно и то же все больше и больше. Тогда как тем, кто купил недвижимость в кредит, проживание по мере выплаты обходится дешевле, помимо того, что этот дом находится в собственности, а не в аренде.

Безусловно, всегда будут те, кто хочет или вынужден снимать жилье. Но я бы им советовал со временем все внимательнее относиться к плюсам и минусам такого проживания. И по мере того, как жизнь и доходы будут становиться более стабильными, советую рассматривать покупку жилья в ипотеку как более выгодный для вас способ вложения денег.

Сдать недвижимость в аренду

Прежде, чем покупать недвижимость, чтобы сдавать ее в аренду, обратите внимание на следующие моменты.

Как вы понимаете, сдача в аренду подразумевает получение доходов, с которых нужно платить налоги. Ставка налога на этот вид доходов составляет 30% от платы, которую вносит арендатор.

Однако эту ставку можно уменьшить легальными способами. Если списать затраты на содержание объекта недвижимости, можно сильно уменьшить налог, а то и вовсе не платить его совершенно официально. К таким расходам относится амортизация стоимости недвижимости за 15 лет, страховка, платежи в ассоциацию недвижимости домовладельцев, расходы на ремонт и даже проценты, которые вы выплачиваете за ипотеку.

Если ваша квартира расположена в кондоминиуме, обратите внимание, что во многих кондо существуют различные ограничения и запреты.

То есть, как это ни прискорбно, но бывает так, что вы, будучи полноправным владельцем квартиры, можете не иметь возможности сдавать так, как вам хочется, или же сдавать ее вообще. Например, в некоторых кондоминиумах нельзя сдавать квартиру в аренду в течение какого-то времени после покупки (год или два). В других разрешается сдавать только один или два раза в год. А где-то аренда запрещена полностью. Поэтому, если вы хотите приобрести жилье с целью последующей сдачи, поинтересуйтесь правилами кондоминиума.

Если говорить о способах поиска клиента, вы можете попытаться найти его самостоятельно, размещая объявления в газетах, на досках объявлений и соответствующих интернет-сайтах, например, craigslist.org, backpage.com, miamiherald.com, miaminewtimes.com.

Однако, если мы вспомним, что для арендатора в большинстве случаев услуги риелтора бесплатны, нужно здраво оценивать ваши возможности и результаты на поприще самостоятельных поисков. Исходя из собственного опыта, рекомендую все-таки обратиться к риелтору: хоть это и будет стоить каких-то денег, зато хлопот практически никаких.

Если вы решите воспользоваться услугами агентства и получить пакет профессиональных услуг, все, что вам понадобится — это подписать соглашение, где будут прописаны сроки действия договора и размер комиссионных агента. Как правило, срок действия договора от трех до шести месяцев, а стоимость услуг составляет порядка 10% от стоимости сдаваемого в аренду жилья. То есть, если вы планируете сдавать квартиру за 2000 долларов в месяц (что принесет вам 24 000 долларов за год), комиссия риелтора составит 2 400 долларов.

Продажа недвижимости

Как правило, любому, кто покупает недвижимость, стоит задуматься о ее последующей продаже. Например, если вы решите переехать или же в семье намечается прибавление, знания не только о покупке, но и о продаже жилья вам будут действительно полезны.

Что полезно знать про прибыль и налоги

Обратите внимание, что суммы, которые ввозятся или переводятся иностранными гражданами в США из-за границы, налогом не облагаются, поскольку они заработаны за пределами Соединенных Штатов.

Если вы решите продать приобретенную в США недвижимость, не забывайте, что налог будет взиматься только с прибыли (gain capital). Под прибылью в данном случае понимается

разница между ценой продажи и ценой покупки. Кстати, если собственником продаваемой недвижимости является резидент, а продаваемая собственность является местом основного проживания, то этот налог не взимается.

Также налог не взимается в тех случаях, если недвижимость в случае смерти владельца достается наследникам, то есть не взимается налог с наследства. Доставшаяся им собственность будет рассматриваться как полученная прибыль, на которую и будет начислен налог; однако если для наследника полученная недвижимость и ранее являлась основным местом проживания, то он будет освобожден от уплаты налогов.

Налоги с продажи недвижимости в разных штатах отличаются. Кроме того, для резидентов и нерезидентов разные ставки. Например, если резидент продает недвижимость во Флориде, налог (The capital gains tax rate of Florida) может колебаться от 1,9% до 2,1%, причем вне зависимости от стоимости объекта.

Если резидент Флориды прожил в продаваемом жилье два года из пяти, то он может не платить налог на сумму прибыли до 250 000 долларов; для семейной пары эта цифра составит уже 500 000 долларов.

Что касается нерезидентов, они, независимо от того, в каком штате расположен объект недвижимости, заплатят дополнительный федеральный налог, который составляет 10% от суммы продажи. Впрочем, этот налог можно не платить, если недвижимость продается не дороже 300 тысяч долларов, и новый владелец подпишет документ, что он обязуется проживать в приобретаемом доме (квартире) лично в течение первых двух лет не менее шести месяцев в каждом году. Более того, из этого десятипроцентного налога может быть удержанна сумма налогов на доход с аренды, если владелец сдавал жилье в аренду и вовремя выплачивал налоги.

Как превратить недвижимость в выгодную инвестицию?

Как известно, вложение в недвижимость, как правило, само по себе выгодно. А инвестиции в недвижимость в США чрезвычайно выгодны. Если город с каждым годом набирает все большую популярность, это обуславливает постоянный рост цен на здешнюю недвижимость.

Несмотря на это, универсальных рецептов нет. Рынок недвижимости и финансовый рынок очень подвижны и подвержены постоянным изменениям, а потому подбирать объекты для инвестирования нужно в каждом конкретном случае применительно к тому периоду времени, на который запланированы вложения. Не стоит покупать все подряд. Даже для инвестиций следует подбирать только те объекты и схемы, которые соответствуют вашим пожеланиям и планам. Кстати, инвестиционные проекты нередко используются для прохождения иммиграционного прогресса в Соединенных Штатах и для получения статуса постоянного жителя по одной из программ иммиграции.

Специальный раздел для продавцов: хитрости, секреты и разные полезности

В этом разделе я хочу поделиться полезной информацией с теми, кто планирует выступить в роли продавца недвижимости. Несмотря на то что сама по себе затея с продажей недвижимости выглядит достаточно простой, есть ряд моментов, которые следует учитывать каждому, кто хочет сам этим заняться. И для начала давайте рассмотрим один животрепещущий вопрос, который звучит так:

«А может я смогу продать сам, без риелтора?»

Я никого не удивлю предположением, что всегда есть желающие продать свой дом самостоятельно, без участия риелтора. В этом нет ничего такого, особенно с учетом того, что если повезет, то можно сэкономить, не оплачивая услуги агента по недвижимости. Вопрос в другом: насколько эффективен такой способ?

Разумеется, кое-кому удается провернуть такую сделку, именно поэтому я считаю, что нет ничего невозможного. Однако, если спросить тех, кто продавал свою недвижимость без риелтора, сколько времени у них ушло на продажу и удовлетворила ли их полученная сумма, как правило, выясняется, что либо продажа в частном порядке заняла намного больше времени, чем ожидалось, либо цена не совсем соответствовала ожиданиям продавца. И для этого есть вполне логичные объяснения. Смотрите сами. Если вы решили продать свой дом без риелтора, значит ваша недвижимость не появится в базе MLS, то есть риелторы покупателей не смогут оперативно узнать, что на продажу выставлена такая-то недвижимость по такой-то стоимости. Все, что вам остается — это размещать частные объявления в газетах или интернете.

Будьте готовы к тому, что после выхода объявления вам будут звонить и писать, а вы в свою очередь будете тратить личное время на объяснения и рассказы. Игнорировать не получится, ведь вы же хотите продать дом? Среди звонящих далеко не все будут потенциальными покупателями: как минимум половина звонков будет сделана профессиональными риелторами, которые станут предлагать свои услуги. Примерно через неделю вы начнете уставать от этих звонков и писем и от необходимости по сто раз повторять одно и то же. Разве что вы имеете массу свободного времени и любите рассказывать одну и ту же историю тысячу раз.

Если вы хотите поэкспериментировать, рекомендую не продлевать эксперимент дольше, чем на пару недель. Если по истечении этого срока дом не нашел потенциального покупателя, не мучайтесь себя. Попробуйте поработать с риелтором и убедитесь, насколько удобно, когда такими хлопотами — звонками, письмами и показами — занимается специально обученный человек. Кстати, как показывает практика, риелтор может продать ваш дом дороже, чем вы. И это с учетом выплаченной ему комиссии. Так что подумайте, стоит ли тратить время попусту и терять деньги, если этого можно избежать?

«Упрямый» владелец, или Кое-что о психологии продавцов

За свою долгую практику я не раз сталкивался с достаточно забавной ситуацией, когда заходил разговор о стоимости продажи жилья. Забавность заключалась в том, что, обозначая стоимость, продавец отталкивался от чего угодно, но только не от текущей ситуации на рынке недвижимости.

Этим «чем угодно» выступали, например, такие факторы, как размер долга, погасить который планировалось с разницей между проданным и новым купленным жильем. Или уверенность в том, что если дом был приобретен за «очень дорого», то теперь самое время продать его еще дороже. Встречалось и такое, что человек хотел продать дом таким образом, чтобы денег с его продажи хватило на новый дом гораздо большего размера. А кому-то просто не хватало на новый автомобиль и продавцу этого было достаточно, чтобы увеличить цену ровно на недостающую на машину сумму. Я понимаю, что читать это достаточно смешно, однако на практике бывает не до смеха. Потому как приходится потратить немало времени и слов, чтобы вернуть продавца на грешную землю и познакомить его с реальными ценами на недвижимость в конкретный отрезок времени.

Именно поэтому мы всегда знакомим продавца с текущей ситуацией на рынке. Это позволяет и нам, и ему сэкономить время и нервы. Согласитесь, вы же не станете переплачивать даже за хороший дом только потому, что его нынешнему владельцу хочется новенький автомобиль? Правильно, и никто не станет. И чем быстрее продавец перестанет упрямиться, тем лучше для него самого.

На рынке недвижимости психология «почем хочу, потом и продаю» не работает, здесь функционируют совсем другие механизмы. Покупатели хотят дешево, продавцы желают дорого, но в итоге и те, и другие имеют дело с фактической стоимостью.

Даже если вы пока только подумываете о продаже, я настоятельно рекомендую изучить цены, причем не абстрактно, а предметно. Посмотрите, по какой цене продают недвижимость, похожую на вашу (уровень, состояние, география и пр.). И только после этого примерно сориентируйте себя по стоимости, дабы желаемое впоследствии не сильно расходилось с действительным.

Трезвый подход и тщательный анализ помогают избежать многих разочарований. В том числе, и на рынке недвижимости.

Продажа недвижимости: секреты риелтора, полезные для продавца

На самом деле, никаких особо секретов нет, но вам любопытно ведь посмотреть на работу риелтора изнутри, а потому я с удовольствием поделюсь некоторыми моментами. Как правило, потенциальный продавец после первого вопроса о стоимости услуг интересуется, сколько он сможет выручить за свой дом. Он откроет профессиональную базу, чтобы изучить ситуацию в вашем районе за последние полгода. Это нужно для того, чтобы понимать, с каким уровнем цен придется работать и на что можно рассчитывать при продаже дома. После этого

он договорится о встрече, чтобы внимательно осмотреть ваш дом, его уровень и состояние.

Теперь, когда у него есть на руках факты, остается прогуляться по вашему району и произвести разведку на предмет того, что и по какой цене продаётся рядом с вашим домом; иначе говоря, нужно определить ваших конкурентов. Разумеется, он не будет осматривать все подряд — только то, что в определенной степени похоже на вашу недвижимость и может привлечь «вашего» покупателя. И только после всех этих «танцев с бубном» можно будет говорить об ориентировочной стоимости вашего дома. Как вы видите, чтобы произвести оценку, нужно потрудиться, а потому не стоит верить на слово тем, кто назначает цену за ваш дом, не взглянув на него.

Кстати, для нас не имеет особого значения место, где расположена ваша недвижимость. Совсем не обязательно заниматься продажами в каком-то конкретном районе.

Для определения объективной стоимости можно в каждом случае пользоваться выше озвученной схемой, и это поможет получить реальные представления о том, на какие цены можно ориентироваться в том или ином случае. А теперь давайте поговорим о том, над чем следует призадуматься продавцу, если он хочет, чтобы продажа дома была более успешной.

Помогите вашему дому стать привлекательнее в глазах покупателя

Даже если вы не собираетесь продавать дом или квартиру в ближайшие десять лет, позаботитесь о том, чтобы ваша недвижимость в один прекрасный день понравилась покупателю сразу, следует заранее. Какая глупость, скажете вы, и будете не правы. Ведь улучшая дом сейчас, вы не только порадуете себя, пока будете здесь жить сами, но и поможете потенциальному

ному покупателю впоследствии принять решение намного быстрее. Вы же не собираетесь растягивать возможную продажу вашего жилья на несколько месяцев, не правда ли?

Итак, если вашему дому порядка 15–20 лет, как правило, кухонные гарнитуры и оформление имеют такой же возраст. Я рекомендую выделить время и заглянуть в строительные магазины или посетить сайты, где представлены современные дизайны интерьеров, и заняться обновлением вашей кухни. Согласитесь, вам и самому приятнее будет обедать на новенькой модной кухне, и дом будет продать намного проще с интерьером, который приближен к современности. Разумеется, антиквариат мы в этом контексте не рассматриваем. Кстати, обратите внимание, что элементы кухни из натурального камня (гранит, мрамор) не только сделают эту зону дома более красивой и практичной, но и окажут некоторое влияние на стоимость вашей недвижимости при продаже.

Теперь давайте поговорим о напольном покрытии. Если у вас лежит потертый ковролин или карpet, самое время его безжалостно выбросить и побаловать свой дом качественным полом. Это может быть деревянный пол, паркет или, например, ламинат. Самое главное, чего вам следует избегать, это дешевизны. Экономичный вариант напольного покрытия, во-первых, не прослужит очень долго, а во-вторых, особой ценности при продаже дома не прибавит. А деньги, как вы понимаете, вложены; так инвестируйте в свою недвижимость грамотно!

И не забудьте обратить внимание на декоративные элементы, такие как люстры и лампочки. Дешевые лампочки могут существенно испортить впечатление, особенно, если стоимость вашего дома около полумиллиона долларов. Не стоит экономить на мелочах — это не добавит ни эстетики, ни практичности. Позаботьтесь о том, чтобы в вашем доме все было гармонично. Это, в конечном счете, сделает добroе дело и вам, и вашей недвижимости. Причем, как вы можете заметить, это отнюдь не очень дорого.

Полезные факты о риелторах

К сожалению, на рынке недвижимости, как и в других отраслях деятельности, есть не только порядочные, грамотные и профессиональные работники, но и мошенники, аферисты и просто недобросовестные граждане, задача которых не предоставить клиенту качественные услуги, а «срубить» хороший куш. Впрочем, совершенно необязательно параноить при виде любого агента: есть несколько простых способов узнать, что собой представляет тот или иной риелтор.

Поинтересуйтесь, есть ли у агента лицензия. Профессиональные риелторы должны работать только по лицензии, которая выдается Департаментом штата (the Department of Business and Professional Regulation).

Кстати, если вы по каким-то причинам не хотите спрашивать лично, можете заглянуть на сайт <https://www2.myfloridalicense.com/>, ввести имя и фамилию риелтора и получить сведения о том, есть ли у него лицензия и когда она была получена. И там же можно посмотреть, есть ли на этого агента жалобы и с чем они связаны.

Что касается опыта работы, здесь следует для начала понять, как этот опыт измерить. Согласно статистическим данным Национальной Ассоциации риелторов, порядка 70% лицензованных агентов занимаются продажей недвижимости либо по вечерам (в нерабочее время), либо по выходным. За год такой агент может заключить около 2–4 сделок, средняя цена которых не превышает 200 000 долларов. Получается, что опыт такого среднестатистического агента, скажем, со стажем работы десять лет, измеряется 20–40 сделками. Как вы понимаете, это не совсем тот опыт, на который следует опираться.

Именно поэтому встречаются агенты, готовые колесить с клиентом по городу в надежде заключить хоть какую-нибудь

сделку. Такие агенты не будут принуждать вас к подписанию договора, но и внимательного выяснения ваших требований к недвижимости тоже не ждите. Они, имея крайне низкий доход, не могут себе позволить рекламу и, как следствие, большое количество клиентов. Поэтому такие агенты рады ухватиться хоть за кого-то в надежде, что из этого что-нибудь получится.

Профессионалы, дабы понять, что представляет собой их коллега, не спрашивают, сколько агент провел сделок; они интересуются суммой, на которую человек продает недвижимости ежегодно.

Еще один нюанс, который не позволяет измерять опыт количеством сделок, — это продажа многомиллионных объектов. Профессиональному агенту достаточно продать пару объектов в год, чтобы заработать миллион долларов.

Если говорить о риелторских компаниях, обратите внимание вот на что. Практически все компании, имеющие известность, берут со своих агентов большие проценты. И если агент только начинает работать и получать опыт, то ему не принципиально, платить ли 10 или 30% с выручки в 3 000 долларов. Но для профессионального агента со стажем и ежегодной прибылью в сотни тысяч долларов такой большой процент становится накладным, невыгодным. Именно поэтому многие профессиональные риелторы предпочитают работать либо на себя, либо на небольшие компании, где масса ненужных расходов сводится к нулю. Так что если название компании на визитке риелтора ни о чем вам не говорит, не спешите с выводами: возможно перед вами тот самый агент, который уже добился высот на профессиональном поприще, но теперь не желающий урезать свою прибыль, делясь со всемирно известной компанией.

Еще один момент, на который стоит обратить внимание при выборе агента, — это его умение слушать и слышать. Если вы

озвучиваете свои требования, не стесняйтесь задать наводящие вопросы или переспросить что-то через какое-то время: вы должны понять для себя, услышал ли вас ваш агент, понял ли он, чего вы от него хотите. Мастерство риелтора, да и продавца — это не просто «впарить» клиенту то, что он считает нужным. Оно заключается в том, чтобы продать то, что хочет сам клиент. Согласитесь, именно такой подход и такая покупка сделает клиента счастливым, ведь он покупает не ради покупки, а ради осуществления своих желаний и надежд.

Работа с риелтором: навстречу Лучшей Сделке!

После того как вы определились с агентом, пора разработать план действий, задача которого — помочь вам в заключении максимально эффективной и выгодной сделки. Несмотря на то что основной фронт работ ляжет на плечи риелтора, вам тоже придется слегка «попотеть»: в конце концов из массы предложений выбрать Ту Самую Недвижимость предстоит вам, а не риелтору. Это значит, что понадобится выезжать «в поля», то есть на просмотры объектов.

Как показывает практика, за неделю удается посмотреть примерно 10–20 объектов. Кстати, если вы героически просмотрели порядка 20 объектов, но так и не нашли то, что вам нужно, то у нас для вас грустная новость: скорее всего, ваш агент даже не представляет, ЧТО вы хотите купить. Возможно, он вас не услышал, или услышал, но не понял, или понял, но не так... В общем, чтобы избежать пустой траты времени и разочарований, проговорите еще раз все требования к недвижимости.

Алгоритм продажи недвижимости

Несмотря на то, что мы уже говорили о процессе покупки-продажи, думаю, будет не лишним более детально осветить эту процедуру.

Если вы решили продавать недвижимость с помощью риелтора, ваша продажа или покупка жилья начнется с поиска подходящего специалиста. После того, как риелтор найден, наступает время подписания договора (*Listing Agreement*), который заключается на продажу определенной недвижимости. Обратите внимание, что в договоре, помимо размера комиссии агента, прописывается каждая мелочь, включая предметы интерьера, входящие в комплект. Так что, если свой любимый диван или кресло вы планируете забрать с собой, убедитесь, что они остаются за вами.

Как правило, срок действия договора имеет конкретные рамки. Обычно договор заключают на несколько месяцев (максимальный срок — полгода), но не возбраняется по истечении срока этот договор продлить.

После того, как договор подписан, а цена определена (*Listing Price*), пора заняться подготовкой рекламных материалов. С тех самых пор, как был придуман сам термин «реклама», существенно ничего не изменилось, а потому, если вы хотите, чтобы покупатель о вас узнал, его нужно внятно и грамотно проинформировать.

Обратите внимание на еще один нюанс, который мы бы сформулировали как «свежее лучше, чем лежалое». Иначе говоря, и покупателей, и риелторов интересуют свежие поступления недвижимости. И от того, насколько хороша презентация вашей недвижимости, зависит, налетят ли на свеженькое как на горячие пирожки. Или же вашей недвижимости предопределена роль лежалого товара, который будет продаваться

со скрипом. А, как вы понимаете, к объекту, который долго не продается и «висит» в базе, отношение настороженное. Кто знает, что там за проблемы с этим домом или квартирой, что ее так долго не покупают? Так что имейте это в виду.

Если с рекламной кампанией все в порядке, и на горизонте образовались потенциальные покупатели, вас можно поздравить с переходом на этап переговоров. Переговоры начинаются с того, что вам от покупателя поступает предложение в виде договора о покупке (Purchase and Sale Agreement). В договоре указана стоимость, которую покупатель готов заплатить, а также прописаны условия сделки. У вас есть три варианта: отказаться, принять предложение или сделать альтернативное предложение, где указана ваша цена и условия. В последнем случае в договор будут внесены изменения, с которыми покупатель должен будет ознакомиться.

Как вы понимаете, такие «игры» могут продолжаться очень долго, пока стороны не достигнут договоренностей, устраивающих всех участников сделки.

Счастливый момент заключения сделки называется Offer Acceptance. Он фиксируется в договоре с указанием даты и времени и подписывается стороной, которая приняла окончательные условия.

Здесь же покупателем делается аванс (deposit). После этого наступает определенное затишье на срок от 60 до 90 дней: это обязательный период, который длится от момента заключения договора до того, как покупателю будут официально переданы права на приобретенную недвижимость. Этот срок (closing date) определяется совместно продавцом и покупателем, и за это время должны быть проведены все положенные проверки и подготовлены необходимые документы.

По истечении этого срока сделка закрывается, а права на недвижимость переходят от продавца к покупателю. В день закрытия сделки (closing date) адвокаты со стороны продавца

и покупателя предоставляют подготовленные документы, проводят регистрацию в Land Registry Office и оформляют договор о передаче прав (deed). После оформления этого договора продавец получает оставшуюся сумму, а покупатель становится владельцем долгожданной недвижимости.

Полезные советы

Совет 1. Есть масса способов приобретения недвижимости, помимо использования стандартной риелторской базы. Например, можно покупать жилую и коммерческую недвижимость со скидкой через банки, аукционы или напрямую у собственников, что существенно дешевле рынка. В каждой нише, естественно, существуют дилетанты и профессионалы.

Совет 2. При покупке недвижимости попытайтесь получить ипотеку и воспользоваться дешевыми деньгами. В нашей практике были случаи, когда россияне получали ипотеку по 3–5 миллионов долларов под 3% годовых. Постарайтесь проработать все варианты получения ипотеки, но при этом не рассчитывайте на помощь риелторов. Они заинтересованы в том, чтобы продать недвижимость за наличные, побыстрее и без всяких заморочек.

Несмотря на то, что они получают от банка, выдавшего ипотеку, свои комиссионные за клиента. А вы заинтересованы в том, чтобы провернуть максимально выгодную для себя сделку. Чьи интересы вам ближе, вопрос риторический.

Совет 3. Прежде чем покупать дом или квартиру на первой линии, убедитесь в том, что вам нравится смотреть на океан 24 часа в сутки. Существует много минусов и плюсов проживания на пляже. Предлагаю вам пожить, как минимум, месяц на берегу океана, чтобы четко определиться с покупкой.

Поверьте, что бы ни говорил ваш риелтор, этот дом или квартира не последние, и за ними очередь не стоит. Поэтому

не спешите. Плюсы мы все понимаем. А вот о минусах вам никто не расскажет, хотя они есть и существенные.

Например, в домах и на первых этажах в зданиях соленые капли будут покрывать ваши окна и подвергать коррозии весь дом. В домах на океане нет никакой привычной для вас защиты, и каждый желающий может зайти в ваш дом с пляжа. Ночью вы будете смотреть в «черную дыру», и не всем это нравится. И это только верхушка айсберга; с остальными минусами лучше познакомиться вживую, арендовав дом на берегу на 2–3 месяца.

Для того чтобы расставить все точки над «и», я хочу подытожить все высказанное.

Первое, что нам удалось понять, так это то, что недвижимость — самый выгодный способ вложить свои деньги. Так как в сравнении с другими материальными вложениями это стабильный вариант, который практически не обесценивается. Акции и ценные бумаги могут падать в цене довольно часто, причем мы никогда не можем предугадать этот момент. Что касается депозитов, они не выгодны лишь по одной причине: нестабильное экономическое положение и, как результат, довольно частое банкротство банков.

Если мы уже заговорили про нестабильную экономику нашей страны, напрашивается вывод: недвижимость лучше покупать за границей. Причем чем выше уровень развития страны, тем выгодней становится покупка недвижимости. Так как США по праву считается одной из самых развитых стран мира, то вполне можно задуматься о приобретении квадратных метров именно здесь. Лояльная и прозрачная система законодательства, выгодные условия покупки, стабильный рост цен на недвижимость и много других причин склоняют нас к тому, чтобы приобрести квартиру или дом в Америке.

Но если бы все было так просто, это было бы неинтересно.

Многие квартиры после покупки нельзя сдавать в аренду, так как тип недвижимости не предполагает этого. Следую-

щее, что нужно учесть, так это то, что в США существует налог на аренду, который часто достигает до 30% от стоимости арендной платы. Однако этот налог можно обойти вполне легальными способами, которые мы описали в пункте «Сдать недвижимость в аренду».

Что касается покупки, то вам нужно знать, что перед покупкой вам нужно будет внести задаток от 5% до 10% от стоимости квартиры. Следующий момент: для того, чтобы совершить удачную покупку, рекомендуется нанять риелтора. Услуги риелтора могут обойтись вам в кругленькую сумму, но это того стоит. Риелтор проконсультирует и постарается найти то жилье, которое вам нужно.

Еще один момент — это разобраться в видах недвижимости. Их немного, поэтому это будет несложно. А важно это как минимум потому, что каждый тип жилья имеет свои особенности.

Ну и, естественно, район. Вы наверняка уже знаете, где хотите жить. В центре шумного города или в тихом пригороде? В частном секторе или в многоквартирном доме? Примеры можно наводить бесконечно. Главное, чтобы вы выбрали тот район, который вам больше всего придется по душе.

И последнее, что бы хотелось бы добавить. У вас должен быть хотя бы начальный уровень владения английским языком. Так как практически весь процесс покупки-продажи заключается в общении, знание языка вам пригодится. Но это не первостепенный фактор. Вы вполне можете найти русскоязычного риелтора, который объяснит вам все понятно на вашем родном языке.

Покупка недвижимости — дело серьезное, и здесь нужно учесть много нюансов. Но поверьте нашему многолетнему опыту, что это того стоит. Ведь вложение в недвижимость **может стать самым выгодным и надежным вложением средств!**

Глава 10. Маркетинг

Какой должна быть реклама

Сразу нужно заметить, что информация, полученная вами при обучении или чтении книг, на практике вам не понадобится. Там в основном рассматривается имиджевая реклама. А какой смысл выпускать такую рекламу? Ну, допустим, в рекламе указано, что открылось определенное заведение или компания и изображен мужчина на фоне неба. Что это даст?

А если, допустим, в рекламе будет указано, что первым трем покупателям будет какой-нибудь подарок — это уже гораздо интереснее. Или, допустим, завтра будет скидка 10% — это уже более завлекающее.

Что я имею в виду?

Реклама должна быть адресной, забудьте об имиджевых картинках. Но при этом, реклама не должна быть безликой.

Открываешь газету бесплатных объявлений и что ты видишь? Окна, окна, окна, двери, двери, двери. А почему я должен покупать у вас? Почему я должен покупать у вас, а не у другой компании?

Почему я должен ходить в вашу парикмахерскую, а не другую? Почему? Вот поэтому мы и будем разбираться: что должно отличаться, чем вы должны отличаться и как нужно писать заголовки.

Меня часто спрашивают: «Так какой же самый лучший метод привлечения клиента?» Скажу сразу, это самый глупый вопрос. Не существует лучшего метода. К сожалению или счастью, рынок постоянно меняется, и то, что срабатывало полгода назад, сегодня уже может не сработать.

Вы должны ощущать эффективность рекламы по деньгам, которые приносят вам клиенты, по количеству клиентов, которые приходят к вам. И еще: ни в коем случае нельзя надеяться только на один канал рекламы.

Единица — это самая плохая цифра в бизнесе: один клиент, один поставщик, одна реклама и т.д. Допустим, что-то случилось: газета не вышла, типография сгорела, например, а вы уже заплатили там за рекламу на месяц, и что? Поэтому никогда не останавливайтесь, всегда пробуйте что-то новое. К примеру, ваш рекламный бюджет в среднем за месяц составляет 3–5 тысяч долларов. Так вот, если вы будете тратить 300 долларов в месяц на проработку новых путей рекламы, то будет намного интересней. Потому что вы без серьезных вложений можете использовать еще какой-то канал — вдруг он заработает? И самое главное: мы никогда не знаем, что на самом деле будет. Мы думаем, что это может не сработать, но, к сожалению, как реально все будет, покажут лишь деньги и время. Как любит говорить наш один давний знакомый, очень хороший бизнес-тренер: **«Клиенты аплодируют вам деньгами»**. И вот от количества этих аплодисментов будет зависеть: эффективна эта реклама или нет.

И вообще, для чего служит реклама? На самом деле, для того чтобы только привести клиента, а все остальное зависит от вас. Бывает часто такое, что звонков много и вроде как приходит достаточно большое количество людей, но почему-то они не становятся вашими клиентами.

Почему? Причин несколько. Возможно, вы сделали некачественную рекламу и обманули их ожидания. Причина может быть также в некачественном обслуживании. Поэтому будьте внимательны: не только вкладывайте деньги в рекламу, но еще и следите за тем, как расходуются эти деньги.

Смотрите и считайте внимательно: сколько вы тратите и какова от этого отдача. Если вы, например, запускаете несколько видов рекламы, как посчитать, от какого канала пришли деньги? Ведь если спросить у клиентов, откуда они о нас узнали, то сложно получить внятный ответ. Если у вас есть возможность запустить несколько видов рекламы, нужно просто купить несколько SIM-карт и поставить новые разные номера на разные виды рекламы. Чтобы сильно не тратиться, можно купить б/у телефоны и написать на задней стороне каждого телефона, например: «Баннер такой-то» или «Сайт такой-то». И человек, принимающий звонки, уже просто сидит, принимает их и отмечает в нужной графе, откуда пришел звонок.

Рассмотрите подробнее, какие виды рекламы вы можете использовать: интернет (контекстная реклама и соцсети), телевидение, радио, местные газеты, раздача визиток и брошюр, баннеры, вывески, надписи на машине, внутри магазинов, «сарафанное радио», и т.д.

Давайте поговорим о рекламных агентствах. Большинство рекламных агентств служат только для одной цели — освоения рекламного бюджета. Красивые рекламы служат лишь для того, чтобы агентство получило награду. Или же для того, чтобы клиент думал, что у него самая красивая реклама. Каталог продукции, конечно же, можно сделать очень красивым, но будет ли он работать?

У «правильного» рекламного агентства не стоит задача увеличить рекламный бюджет, освоить его. Должна стоять задача, чтобы у его клиентов было больше продаж.

Поэтому, если вы хотите зарабатывать на той рекламе, которую даете, вы должны разбираться в этом вопросе: что вам нужно, а что нет; что должно быть, а чего не должно быть никогда в вашей рекламе.

Реклама, которую вы даете, должна отвечать законам трех М:

- Маркет — рынок, ваши клиенты.
- Медиа — инструменты, с помощью которых вы передаете рекламу.
- Месседж — посыл, сообщение.

Когда у вас все три М правильно подобраны, тогда у вас сработает реклама. Иначе вы просто зря потратите деньги.

Например, в 2001 году компания Apple выпустила гаджет под названием «Ньютон». Это был революционный шаг, практически первый карманный компьютер. Но они не угадали со временем: слишком рано на рынок вышел этот продукт, неверно был определен один из М. В данном случае это Маркет. Они выпустили всего 5000 изделий и обанкротили полностью это направление, вплоть до того, что хотели уволить своего генерального директора. Поэтому, если что-то пошло не так, то, скорее всего, вы где-то не дорабатываете. Это простая математика. Если вы потратили 1 доллар, то должно прийти хотя бы 1,20 доллара.

Заголовки

Теперь давайте поговорим о заголовках. 50% эффективности рекламы оценивается по заголовкам.

К сожалению, у человека всего 2–3 секунды, чтобы принять решение: будет он смотреть эту рекламу или нет. И все

это зависит от заголовка, это самое главное, что должно быть в рекламе.

Обязательная структура заголовка:

- *Вопросы:* «Почему?», «Зачем?», «Как?». Например, «Почему эксперты рекомендуют?», «Как выглядеть ухоженной?» и т.д. Если заголовок будет содержать один из этих вопросов, то в принципе реклама будет уже узнаваемой. Она будет бросаться в глаза, и приблизительно 35% новых клиентов она заработает.
- *Болевые точки.* «Перхоть», «прыщи» и т.п. Надавите на болевую точку. Например, для парикмахерской: «Вы все еще ходите растрепанный и удивляетесь, почему вас не берут на работу?» Придумайте что-нибудь, не обязательно, чтобы это была правда, люди любят сказку, эмоции. На протяжении последних 2 000 лет ничего лучше не продается, чем эмоции. Кстати, все секты работают на том, что вызывают у вас эмоции.
- *Люди любят, когда в рекламе есть какая-нибудь цифра* («7 способов украсить стол», «20 способов быть красивой» и т.п.).
- *Обязательно нужно включать в заголовок историю* («Все смеялись, когда я начал изучать французский язык. Но когда я пошел во французское посольство, все обалдели»). Придумайте какую-нибудь историю. Это тоже очень хорошо работает. И, естественно, сейчас очень популярны «звездные» истории («Хочешь быть стройным, как знаменитость?»). Но в этом случае нужно обязательно добиться какого-нибудь разрешения от звезды, чтобы избежать проблем. Это необязательно должны быть звезды мирового масштаба, могут быть и местные звезды. Ведь есть

те люди, которых знает весь район. Придумайте что-то и договоритесь с ними, но обязательно письменно.

ОДП

Есть еще один интересный закон. Вообще, реклама развивается по нескольким законам: **первый — это МММ, второй — это ОДП** («оффер», «дедлайн» и «призыв к действию»).

- **Оффер.** Это ваше уникальное торговое предложение. Это то, что отличает вас от ваших конкурентов. Чем вы лучше, чем ваш конкурент. Есть технология, которая помогает найти это уникальное предложение: вы пишите все, что вы даете для ваших клиентов (пользу, эмоции и т.п.), а потом вычеркиваете все то, что есть у ваших конкурентов. Бывает так, что список весь вычеркнут. Тогда придумайте что-нибудь, какую-нибудь историю.
- **Дедлайн.** Это ограничение. Ограничевайте по времени, по количеству товара, по количеству людей. Сроки плохо работают, если их продолжительность составляет более 7 дней, максимально эффективно работают 2–3 дня. Для чего нужно делать ограничения по времени? Для того чтобы люди не думали: «Ааа, завтра схожу». Люди привыкли все откладывать на завтра. А если завтра этого уже не будет, то надо идти сегодня.
- **Призыв к действию.** «Нажми», «Приди», «Кликни» и т.п. И это не обязательно писать. Даже если вы рядом с номером телефона нарисуете трубочку, то это будет означать «Позвони».

И когда все эти три составляющие ОДП сработают, реклама заработает на 75%.

Пока, скажу вам откровенно, ваша реклама совершенно не работает, вы большинство своего бюджета тратите впустую. Максимум о вас знают по «сарафанке». Да, вы напоминаете о себе брошюрами или визитками, но это не является решающим фактором. Как говорят: «Маркетологи всего мира боятся и боятся, но не могут решить одну проблему: когда мужчина входит в магазин с готовым списком покупок».

Как работает ОДП? Представьте, что вам звонит менеджер известного банка и говорит: «Завтра вот там-то будут обязательно обмениваться валюта по выгодному курсу 1 к 1. Но только завтра, с 10:00 до 14:00 и не более 10000 этой валюты на руки».

Вкусно? Пойдете? Как минимум, чтобы посмотреть, кому такое взбрело в голову? А некоторые еще и позовут родственников. Вот оно, уникальное торговое предложение: курс 1 к 1. Но тут же и дедлайн: только завтра, только с 10:00 до 14:00 и не больше 10000 на руки. И самое главное — призыв «Приди».

Что должно быть в рекламе

- Желательно, чтобы в рекламе у вас было фото физического товара. Либо, если вы предоставляете услуги, то это должна быть фотография эмоции от произведенной услуги.

Вы можете говорить сколько угодно о пластиковых ежиках, но пока люди их не увидят живьем, они вас не поймут. Не поймут, что это такое.

Вы сколько угодно можете говорить о плюшках, но если вы видите их на картинках и они выглядят аппетитно, то это же совсем другое дело. Кстати, в этом случае с плюшками может быть эффективной такая вещь, как ароматерапия, аромамагия.

Это когда у вас в одном месте находится пекарня и магазин, чтобы распространялись соблазнительные ароматы. Когда люди приходят и им хочется кушать, то они обязательно покупают что-то вкусное.

Также, например, если человек зашел с явным намерением купить что-нибудь, то вы можете предложить ему еще что-нибудь. Скорее всего, он согласится. Вы можете добавить еще процентов тридцать-сорок от стоимости того, что он заплатил за покупку.

Это можно рассмотреть на примере салона красоты. Если к вам пришла девушка на маникюр, предложите сделать ей педикюр — почему бы и нет? Или если к вам пришли муж и жена. То пока женщину стригут, а муж ее ждет, предложите ему выпить кофе, сок или даже банку пива. Ему это наверняка понравится. И он расскажет об этом друзьям.

- Еще в рекламе должен обязательно быть **номер телефона, причем он должен быть написан крупными цифрами**. Потому что человек не обязательно должен останавливаться возле вас. Он идет мимо, бросил взгляд, и первое, что ему должно броситься в глаза — это ваш номер телефона.
- Люди любят не округленные цифры. Когда мы говорим, что «у нас обслуживается 150 человек», это звучит намного хуже, чем «у нас обслуживается 148 человек». **Люди не доверяют круглым цифрам. Даже в цене то же самое: круглые цифры не вызывают доверия.** Самое интересное, что заметил: если вы пишете какие-нибудь цифры реальные, а не округленные, подсчитано, что раз в 20 чаще люди обращают на это внимание. Люди любят, чтобы у вас было точно все подсчитано. Если писать округленные цифры (например, 1 500 долларов), то люди

воспринимают это как примерные расчеты и соответственно такое же приблизительное отношение к делу. А если вы напишите конкретное число (например, 248 Ккал или 142 грамма), то это вызовет гораздо большее доверие.

- Если вы используете в рекламе определенные бонусы, обязательно указывайте их стоимость, чтобы люди понимали насколько это ценно. Например: «Каждому пятому покупателю мы подарим зонт стоимостью 200 долларов». Люди должны понимать, что ваш бонус обладает определенной стоимостью. Потому что в наше время ни для кого не секрет, что есть товары с очень низкой стоимостью, либо очень высокой. Более того, даже если это у вас дешевый товар, придумайте цену!

Запомните: на каждый товар у вас будет свой клиент. И даже если у вас нет дорогого товара, то выдумайте его, это будет интересно!

Большинство людей (75%) всегда подсознательно склоняются к тому, чтобы купить что-то среднее по цене и по качеству.

- Если вы делаете что-то такое, что дает экономию, демонстрируйте это в рекламе. Вот пример: «Заключая с нами договор, вы сэкономите до 20 000 долларов на бухгалтере». То есть, **если вы предоставляете экономию, вы обязательно должны ее озвучивать!**
- **Обязательно должны быть отзывы довольных покупателей.** Желательно, чтобы этот покупатель был известным человеком, либо хотя бы чуть-чуть напишите про него. Обязательно прикрепляйте фото. Чем более детально вы о нем напишете, тем больше вам будут доверять люди. Ссылка на конкретных людей действитель-

но работает. Даже если вы оказали услугу им бесплатно (об этом ведь и знать никто не будет). Подумайте об этом. Многие боятся быть первыми. Не стоит бояться.

Чего не должно быть в рекламе

Во-первых, это **сложные и малопонятные фразы** («Дисперсия наших зеркал увеличилась с 86% на 92%»). И что в результате? Это никто не оценит, потому что никто не поймет о чем идет речь. Чем понятнее вы будете рассказывать вашему клиенту, тем больше к вам потянутся люди.

И, во-вторых, это **отсутствие конкретики**. Например, «Мы быстрее». «У нас вкуснее», «У нас дешевле» и т.д. Чем что или у кого?

А вот если вы напишете, что ваша продукция дешевле, чем у конкурента на 10 долларов... Или, допустим: «Если найдете дешевле, то мы заплатим вам разницу»... Здесь уже конкретика и даже более — гарантия!

Многие думают, что вот они сделали рекламу, все в ней по правилам, но продажи не идут. Почему? Тогда можно пойти по пути пошаговых продаж. Это обычно 2-шаговые или 3-шаговые продажи. Люди любят бесплатность. Сделайте им что-нибудь бесплатное.

Например, устройте мастер-класс по созданию прически. Выберите из толпы кого-нибудь и сделайте ему бесплатно прическу. Все это увидят, и у них возникнет хорошее мнение о вас.

Вот небольшой пример.

У одних предпринимателей была пекарня, совмещенная с кафе. Им предложили создать школу юных пекарей. Конечно, дети придут с мамами или папами. Пусть дети лепят что-нибудь, а родители будут сидеть рядом и что-то обязательно закажут. А потом обязательно продайте им эту штуку, которую слепил

их ребенок. Дело у них пошло. Теперь раз в месяц они делают школу юных пекарей.

Так сейчас, например, делают некоторые банки: они устраивают бизнес-завтраки. Они приглашают какого-нибудь бизнес-тренера, и он бесплатно для предпринимателей рассказывает об интересующей их теме. А в это время рядом с предпринимателями сидят работники банка, и в перерывах между разговорами рассказывают им свое. Что вам мешает организовать нечто подобное? Ничего. А самое главное, что по затратам это не так сильно бьет. **Люди любят бесплатное, запомните это!**

Поймите такую вещь: если люди купили ваш товар или услугу четыре раза, они будут к вам приходить до тех пор, пока либо вы, либо ваш персонал не совершил непростительную ошибку.

Маркетинговые ошибки

Сейчас рассмотрим **ошибки, убивающие вашу рекламу**. Если хотя бы одна из этих ошибок есть в рекламе, то она, скорее всего, будет бесполезной.

1. **Неработающие заголовки.** Человек за 2–3 секунды решает: обращать внимание на рекламу или пойти дальше — все зависит от заголовка. Как правило, заголовки — это 50% эффективности. Например, в самых известных журналах, как вы думаете, кому платят 70% прибыли? Людям, которые пишут заголовки! Потому что идет человек, смотрит и видит цепляющий заголовок, и он покупает этот журнал, чтобы прочитать, что же там такое написано? Если заголовок его не цепляет, то он идет мимо.
2. **Отвратительное товарное предложение.** Почему кто-то должен прийти купить товар именно у вас? Про-

сто из-за того, что ваше объявление было первое? Вы вложили свои деньги и полагаетесь на случай? Это так не работает. Поэтому важно придумать Уникальное Товарное Предложение.

3. **Отсутствие ограничения либо слабое ограничение.** Слабое — это ограничение более 7 дней. Поймите, человек помнит о рекламе максимум 3–4 дня. И если вы не попали, он про вас забудет. Если вы ему еще раз не напомнили, он вообще про вас забыл.
4. **Отсутствие отзывов.** На большой рекламе должен быть хотя бы один отзыв. Если делаете контекстную рекламу, обязательно должна быть ссылка на положительные отзывы. Если вы говорите про социальные сети, обязательно сохраняйте скриншоты живых отзывов. Сделайте что-нибудь, чтобы люди писали отзывы, например, предложите скидку 2%. Люди боятся делать первый шаг сами. Они сомневаются, можно ли вам доверять. А когда есть отзывы, вы уже можете предоставить возможность пообщаться с тем клиентом, который хорошо думает о компании (ведь зачастую в отзывах есть ссылка на его контакты).
5. **Желательно, чтобы у вас были гарантии.** Если у вас в рекламе не прописаны гарантии, значит, вы в чем-то сомневаетесь. Нет ничего хуже, чем человек, который сомневается в своем товаре, услуге, продукте. Отличный вариант: «Если вам не понравится, то мы вернем вам деньги». Этим вы показываете свою уверенность.
6. К сожалению, в малых населенных пунктах зачастую все подсматривают что-то в рекламе и копируют друг друга. Они не понимают, что обилие одинаковых реклам вводит в заблуждение человека. И если человек первой увидел рекламу конкурента, а затем вашу, которая схожа по цветовому решению или по каким-то деталям, у него

в сознании идет отсылка уже на ту рекламу. Выходит, вы профинансировали рекламу вашего конкурента. **Вы должны отличаться от остальных, у вас должна быть своя ниша в рекламе.**

Никогда не концентрируйтесь на продукте, на том, что вы делаете. Концентрируйтесь на клиенте: что он получает от общения с вами, от использования вашего продукта или услуги? Допустим, когда человек покупает дрель, что он покупает? Возможность сделать отверстие в стене. Что покупает женщина, когда покупает косметику? Косметика дает возможность быть привлекательной, получить мужское внимание.

Несколько лет назад один производитель зерновых хлебцев «убил» всех своих конкурентов только одной фразой: «А у нас хлебцы из мытого зерна!»

Казалось бы, ну и что, что из мытого. Но эта фраза дала людям понять, что у конкурентов могут быть хлебцы не из чистого зерна. **Поэтому придумывайте то, что покажет, какая польза от общения с вами, от общения с вашим продуктом.**

7. **Следующая ошибка – погоня за двумя и более зайцами.** К сожалению, когда вы делаете рекламу, вы не понимаете, для чего вы ее делаете, вы пытаетесь одновременно прописать несколько целей. Реклама нужна только для привлечения клиентов и все. Оценивайте рекламу только по количеству клиентов, больше от нее не требуйте.
8. **Отсутствие привлекательной истории.** Отличный вариант: «Раньше я не понимал, как здорово, когда у тебя на завтра есть свежий хлеб и теплое топленое молоко...» Придумайте эту историю, и реклама тут же заиграет. Людям нужна эмоция, именно ее они и покупают.

Технический план маркетинга

Продажи — это всегда техника. Во всем, что касается бизнеса и продаж, нужна система. А если нет системы — это хаос и случайные продажи. Вы никогда не сможете планировать случайные продажи.

Первым этапом в успешном «техническом» плане маркетинга будет анализ текущей ситуации, определение целей и задач, которые нужно достичь, и поиск нужной информации. На данном этапе нужно заполнить необходимой информацией следующие тематические блоки:

- какие у вас есть товары и услуги;
- какие технологии и знания;
- какая есть статистика и цифры;
- основные возражения клиентов (которые уже есть на практике и возможные);
- составить понимание, какой он, ваш клиент, и кто ваши конкуренты.

В блоке об анализе основных возражений клиентов, если вы хотите занять лидирующие позиции на рынке, нужно подготовить ответ на каждый вопрос или возражение потенциального заказчика. Этот пункт очень важно выполнить наиболее подробно!

Вторым этапом будет анализ рынка и конкурентов.

Главное в нем — это изучение «конкурентных полей», воздействующих на вашего клиента. Это можно наиболее эффективно выполнить, обзванивая конкурентов как «тайный покупатель».

И, наконец, **третий этап** — разработка и тестирование итогового «технического системного подхода» к продажам.

То есть на основе уже собранных данных составляется сценарий разговора для каждого этапа работы с клиентом, составляется так называемый «речевой модуль», состоящий из блоков:

- приветствие;
- перехват инициативы;
- выявление потребности;
- презентация;
- работа с возражениями;
- формирование потребности;
- «закрытие» на сделку;
- закрепление связей, общих пересечений и направлений на увеличение продаж.

Очень важно не забывать про контроль и улучшение итогового «технического системного подхода» исходя из практики его применения.

Партизанский маркетинг

Расскажу вам еще об одном направлении в маркетинге. Это так называемый партизанский маркетинг, он очень эффективен при наличии небольшого бюджета. Партизанский маркетинг был разработан исключительно для малого бизнеса, хотя на сегодняшний день его успешно используют крупные компании.

К такому виду маркетинга обращаются в том случае, когда нет денег или отсутствует желание их тратить. Здесь действует простая логика — если денежных средств нет, то их нужно чем-то заменить. Замена осуществляется при помощи инве-

стицией собственного времени и сил, хороших знаний рынка и клиента, понимания того, на какие кнопки нужно нажимать, чтобы получить желаемый результат.

Деньги можно заменить сумасшедшим креативом, чтобы люди сами захотели рассказать друг другу о вашем продукте и своих ощущениях от его использования.

Также допустимо использовать маркетинговые рычаги, например, партнерство. Несмотря на то, что изначально партизанский маркетинг использовался для небольших фирм, сегодня к нему проявляют интерес крупные компании, и это не удивительно. Ведь если можно получить отличный результат за меньшие деньги, то стоит воспользоваться этим способом и сэкономить средства. Работу партизанского маркетинга можно проиллюстрировать двумя примерами.

Первую историю часто использовал Джей Левинсон (американский маркетинговый гурь Джей Конрад Левинсон, он выпустил книгу под названием *Партизанский маркетинг*) для объяснения его сути. В 60-е годы компания «Макайленни», производитель соуса «Табаско», отметила 100-летний юбилей существования на рынке Америки. При этом руководство наблюдало спад продаж. За все годы своей работы компания не использовала никакой рекламы, довольные клиенты сами рекомендовали ее продукцию своим друзьям и знакомым. Бизнес стремительно рос с каждым годом, но теперь уровень продаж упал.

Поэтому руководитель компании объявил, что в назначенный день он выслушает любого, кто предложит эффективный способ по улучшению ситуации. В указанный день в приемной собралось много людей, там были менеджеры из рекламных агентств, пиар-компаний и много других специалистов, среди которых был один сотрудник «Макайленни». После того, как в кабинет зашел руководитель компании, менеджер из крупного агентства взял слово, он предложил разработанную кон-

цепцию, которая предполагает обширную рекламу стоимостью в миллион долларов на первом этапе. Президент поблагодарил его и сказал, что огласит свое решение позже.

Затем смог высказаться представитель пиар-агентства, который предложил упор в рекламной компании сделать на распространение информации о полезности соуса, об истории успеха компании.

В этом случае потребители обязательно станут покупать этот продукт. Необходимый бюджет для запуска рекламы должен равняться полутора миллиону долларов, в дальнейшем по итогам акций сумма может измениться. Президент компании опять пообещал подумать о внедрении этой идеи и потом сообщить результат своих размышлений.

И вот в кабинет заходит сотрудник компании, обслуживающий производственное оборудование. Он в первый раз оказался с главой предприятия лицом к лицу, поэтому начал нервничать, но все-таки высказал мысль о том, что нужно заменить деталь, которая делает дырку в бутылке. Это позволит соусу быстрее выливаться, и, соответственно, быстрее закончиться. По этой причине домохозяйка через более короткий промежуток времени пойдет в магазин за новой бутылкой. Он даже озвучил сумму, которая потребуется на такую замену — пять долларов. Президент согласился внедрить эту идею, что дало компании рост в 4% в год, и эта цифра удерживала свои позиции в течение нескольких лет. Конечно, в итоге компании пришлось рекламировать себя, но при этом достаточно долгий период удалось получать миллионы долларов благодаря замене одной маленькой детали.

Вторая история расскажет о сети гамбургерных Wendy's. В какой-то период времени начало действовать достаточно странное нововведение как для фаст-фуда — в рамках заботы о клиентах названия блюд и цены были продублированы шрифтом Брайля (для слепых). Для того, чтобы сообщить своей

целевой аудитории о том, что теперь даже слепой может комфортно себя чувствовать в сети ресторанов, было внесено предложение дать платную рекламу. Но после подсчета возможного бюджета по всей Южной Африке, а также в ряде других стран, руководство просто ужаснулось и решило не тратить такие значительные средства на рекламную кампанию.

В итоге было решено использовать одну технологию, которая обошлась в несколько сотен долларов, но при этом позволила проинформировать миллионы потребителей по всему миру о деятельности компании. В чем заключалась такая эффективная идея? Было выпечено пятнадцать булочек для гамбургеров с кунжутом, которым была выложена шрифтом Брайля надпись: «Вы едите вкусный гамбургер из стопроцентной говядины». Эти булочки отвезли в интернаты для слепых, раздали в столовой. Реакцию людей, которые попробовали гамбургеры, сняли на видео.

Вы только представьте себе выражение лица слепого человека, который взял гамбургер, собирается откусить от него кусок, и вдруг обнаруживает, что этот продукт можно еще и прочитать! Видео выложили на YouTube, и оно собрало полтора миллиона просмотров. Все газеты и журналы для слепых во всем мире напечатали статью об этой истории, что позволило большому количеству людей узнать о меню для слепых в сети ресторанов Wendy's. В итоге приток посетителей увеличился в разы.

Как можно использовать партизанский маркетинг?

Существует пять задач, с которыми эта дисциплина может справиться самым эффективным образом.

Первая задача — внедрение маркетинга без бюджета. В таких случаях у предпринимателя вообще нет денег на рекла-

му, даже 10 долларов. Например, человек может использовать какую-то фанеру в виде вывески, написав на ней текст своего сообщения. Или можно упомянуть таксистов, которые стоят в зале аэропорта с табличкой на груди, где написано «Такси». Они останавливают проходящих мимо людей и предлагают свои услуги. Таким образом действует маркетинг без бюджета.

С того момента, как несколько сот долларов перестанут казаться вам недостижимой суммой, можно будет перейти к внедрению **второго класса задач — малобюджетной рекламы**. Такой инструментарий представлен малой полиграфией (визитки, листовки, буклеты и т.д.), работой промоутеров, оформлением витрины (вывески, таблички на дверях), прямой почтовой рекламой и рекламой в интернете (доски объявлений, рассылка электронных писем, блоги и многое другое).

Третий класс задач партизанского маркетинга представлен малозатратным усилием продаж. Если у вас уже запущен какой-то бизнес, которым имеет определенный уровень продаж, то именно партизанский маркетинг сможет подсказать вам то, как за небольшие деньги поднять вашу прибыль на десятки процентов. Например, в магазине чемоданов на товар наклеили наклейки, приобретение которых обошлось в сущие копейки. Эти наклейки информируют клиента о качестве чемоданов и их достоинствах. Такой ход способен увеличить продажи в разы без больших затрат.

Можно использовать листовки, наклеенные на полки с товарами, они будут напоминать клиенту о покупке какого-то сопутствующего товара, что может поднять сумму среднего чека за счет дополнительных продаж. Использование такого метода поможет увеличить уровень прибыли в 2,5 раза. Также можно использовать световой короб, который вешается в местах расчета. Такой короб транслирует информацию о товарах и услугах компании, завлекая клиентов. Этот способ тоже может поднять размер среднего чека в два раза.

Четвертый класс партизанского маркетинга представлен локальным маркетингом. Если ваш бизнес ориентирован на целевую аудиторию, которая располагается в шаговой доступности от вас, то в этом случае нет смысла давать широкую рекламу. Ведь человек, проживающий на севере мегаполиса, вряд ли поедет в парикмахерскую, которая находится в южной части города. Поэтому стоит прибегнуть к местному, локальному маркетингу.

В качестве примера можно привести один массажный салон, который функционирует в Бангкоке. Его сотрудницы в дни, когда нет клиентов, не полируют друг другу ногти или пьют кофе. Напротив, девушки берут пластмассовые таблички с перечнем услуг на нескольких языках, выходят с ними на улицу, машут рукой прохожим, улыбаются и показывают на эти таблички. Как, на ваш взгляд, это влияет на посещаемость салона?

Пятый класс задач включает в себя точечный маркетинг. Существуют товары ежедневного употребления, это те вещи, которые покупает каждая семья. Например, стиральный порошок или зубная паста. Такие массовые продукты можно рекламировать на телевидении, ведь для них важен охват. Но при этом существует определенная группа товаров, в которой либо нуждается один человек на тысячу, либо в которых есть нужда не чаще одного раза в двадцать лет.

Для такого рода продукции массовая реклама лишена смысла, она будет нерентабельна. Владельцы такого бизнеса должны научиться обращаться точно к своим потенциальным клиентам, причем, именно в тот момент, когда они уже созрели для совершения покупки.

В качестве примера можно рассказать о листовках крупных банков, которые напечатали для проведения определенной рекламной кампании. Себестоимость, разработка и распространение этого рекламного продукта потребовало сумму в 20 тысяч долларов. По итогу этой акции были получены за-

явки на кредиты на общую сумму почти в миллион долларов. Как удалось этого достичь? Вместо того чтобы использовать для рекламы банка средства массовой информации, на обычных листах был напечатан рекламный текст. Эти листовки доставили на оптовые торговые базы в качестве подарка — бумаги для печати накладных (вторая сторона листовок была чистой).

Представьте себе ситуацию: владелец магазина или целой сети приезжает на базу для совершения закупки, приобретает товар и думает о том, что, к сожалению, надо сделать больший заказ в сезон, но средства не позволяют расширить ассортимент. И в этот момент он переворачивает свою накладную и видит рекламу банка с информацией о выгодном кредите. Конечно нет никаких сомнений, что этот человек воспользуется такой возможностью, а это позволит банку повысить результативность своей рекламы.

Полезные маркетинговые фишкi

Также расскажу вам про **несколько классных «фишек», которые могут быть использованы в рекламе**. Как правило, каждая из них дает вам плюс 5–10% добавочных клиентов. Они все наработаны на практике:

Первая «фишка» — это ваша рукописная подпись в рекламе. Когда вы расписываетесь, вы как бы гарантируете, отвечаете за свой бизнес. Люди вам доверяют больше, когда есть рукописная печать. Так работает психология человека. Взять, например, работников колл-центров: лучше отдача, когда на том конце телефона слышно живого человека, даже если это просто сонный сторож, а не автоответчик. В 70% случаях люди не перезванивают после того, как наткнулись на автоответчик. То же самое и здесь, рукописная подпись работает также. Вы гарантируете качество.

Обязательно физический адрес, даже если люди к вам не придут, наличие физического адреса в рекламе говорит о том, что вы серьезная фирма, что вы тут осели.

Следующая «фишка» — это телефон. Первое: желательно городской телефон, не мобильный. Когда человек увидит мобильный телефон в объявлении, он может и не позвонить по нему.

Мобильный телефон можно всюду с собой носить, а городской привязан к одному месту. Минимум за сутки, за двое можно его поменять и поставить в другое место, но на все это нужно время, и это **говорит о некой стабильности**.

Бонусы работают хорошо всегда. Что такое бонусы? Бонусы — это вещественный подарок за покупку чего-то. Например, к вам пришел клиент и скучился на 450 долларов. Сообщите ему о том, что если он скучится еще на 50, то получит бонус. **Еще одна фишка: зачеркнутые цены.** Зачеркивайте цены! Указывайте новую, более привлекательную стоимость.

Людей это привлекает.

Также очень хорошо работают купоны со скидкой, особенно когда вы размещаетесь в печатных изданиях; почему? Потому что увидел, допустим, человек рекламу в журнале, почитал, посмотрел и отложил. А купон со скидкой — это постоянное напоминание о вас. Люди будут обязательно вырезать и хранить купоны. Даже если в этом году им вообще это не нужно. Даже электронные купоны иногда могут не так эффективно работать, как «бумажные», ведь у них есть свои плюсы.

Я также хочу рассказать вам о **первоначальном «захвате» клиента и его удержании, это очень важная тема в практическом маркетинге**.

Каким образом мы можем сделать так, чтобы люди, пришедшие в фирму, на сайт или в магазин стали нашими клиентами, а не просто случайными посетителями? Первое и самое главное правило — ведите клиентскую базу. Чем плотнее вы будете работать со своими клиентами, тем будет лучше для вас.

Двухступенчатые продажи

Есть такое понятие в маркетинге как «двухступенчатые продажи».

Суть их в том, что вы завлекаете какого-то человека бесплатным товаром, в обмен на который он поделится своими контактными данными. Вам достаточно узнать его имя, телефон и электронную почту, больше ничего не надо. Клиентскую базу можно вести в любом виде, но я рекомендую вам программу CRM. В чем плюсы таких программ? Если вы ведете клиентскую базу в блокнотах ваших продавцов, то, по сути, вы формируете их клиентскую базу за ваши деньги.

Представьте такую ситуацию: договорились вы с каким-то человеком о чем-либо, детали не важны, и через полгода вы вспомните об этом. Не очень приятно, не правда ли? А программы сразу вам подскажут все нюансы и детали. Вам достаточно открыть картотеку, чтобы узнать, кто вам звонил, о чем был разговор и нужен ли человеку товар, который только вчера привезли. Можно при желании указать день рождения жены клиента и накануне этой даты позвонить и предложить отпраздновать торжество у вас в кафе и сообщить о том, что вы гарантируете скидку. Клиенту будет очень приятно оказанное внимание, и он обязательно воспользуется вашими услугами. Это пример из практики и он работает.

Также очень важна скорость реакции и приема. Представьте такую ситуацию: вы владеете кафе. Поступает звонок, и человек на другом конце провода выражает желание заказать свадьбу своей дочери у вас в заведении. Но трубку сняла некомпетентная сотрудница, которая предлагает перезвонить через час.

Скорее всего, этот потенциальный клиент не будет ждать, а позвонит в другое кафе, и если там его обслужат как надо, то свадьба будет в другом месте. Поэтому важно ответить,

предложить те услуги, которые у вас есть, а в случае затруднительной ситуации взять номер телефона клиента и предложить перезвонить ему через несколько минут.

У меня есть еще один совет, который стоит применить в своей практике. Например, покупатель по той или иной причине не хочет у вас покупать, ему не понравился товар или еще что-то. Никогда не стесняйтесь спросить ПОЧЕМУ. Вполне возможно, что примерно в 70% случаев его можно переубедить! Если это невозможно, то, по крайней мере, вы будете знать, как в следующий раз избежать досадной ошибки.

Вот вам пример из практики: одна компания занималась поставкой межкомнатных дверей. Туда обратился человек и заказал 12 шт. дверей на большую сумму. И вдруг это частное лицо отменяет заказ! Менеджер компании не знал причины такого решения. Сам директор набрал его номер, благо все его контакты были в программе CRM, и оказалось, что клиент бывает дома только в выходные дни, доставка же в компании на тот момент работала только в будние дни и в рабочее время. Директор предложил сделать доставку в субботу после обеда и человек согласился оформить заказ! Иногда бывает очень важно задать простой вопрос: ПОЧЕМУ не купили и что помешало? Чем теснее вы будете держать связь с клиентами, тем эффективней будут окупаться ваши усилия. Это проверено на практике, это работает.

В этой главе я рассказал вам, почему маркетинг изучать нужно именно на практике! Это максимально полезно! Поэтому в этой главе я старался давать вам более конкретные примеры из практики, которые работают или хорошо работали раньше. Рынок никогда не стоит на месте, в будущем всегда будут возникать новые приемы в маркетинге. Надеюсь, что истинный смысл маркетинга, его практическая суть, стали вам более понятными после прочтения этой главы. Запомните: опыт из практики — это самое ценное в знаниях.

Глава 11. Консалтинг

Консалтинг — это решение, казалось бы, «нерешаемых» задач. Консультантов—сотрудников консалтинговых компаний приглашают на предприятия, где исчерпалась внутренняя экспертиза и производство малоэффективно.

Консалтинг — это вовсе не редкая профессия, как могло бы показаться. На других континентах вы встретите консультантов в сфере ИТ, креативных технологий, в политике, машиностроении и даже в вопросах, касающихся национальной обороны государства.

Консультанты — ловкие и хитрые в хорошем смысле этого слова люди. Они берут лучшие находки, «увертки» и «фишки» из одной профессии и применяют их в практике другой, что порой повышает эффективность такого производства в несколько раз. Вы даже не можете себе представить, как и в каких неожиданных местах могут использоваться некоторые стандартные рабочие приемы разных профессий.

Мифические консультанты

Консалтинг и профессия консультанта существуют совсем немного времени, особенно в сравнении с возрастом других профессий. Но с легкомысленной руки мечтательных журналистов о консультантах сложился миф, как о неких «Джеймсах Бондах» современного поколения: их час работы стоит 50 000 долларов, они перемещаются исключительно на личных самолетах, их наручные часы стоят как хорошая квартира в центре Москвы и т.п.

Как же все в реальной жизни?

Во-первых, перемещения на самолетах — это лишь частично правда. Консультанты действительно часто используют самолеты, но они принадлежат не им — это частные самолеты самих клиентов, которые высылают их за консультантом, чтобы скорее доставить его на место. То же самое касается шикарных автомобилей, яхт и т.п. — это все для консультанта только чужие средства передвижения, только «такси», если хотите так назвать.

Во-вторых, рабочий час консультанта. В среднем он оценивается «всего лишь» в 1 000 долларов и, вопреки еще одному расхожему мифу, стоимость рабочего часа консультанта одинакова для всех клиентов, для богатых и «не очень». Из этого следует, что и наручные часы как у высокопоставленных чиновников консультанты, к сожалению, обычно не носят.

Сверхпрофессия для сверхчеловека

Вы спросите: что вообще умеет консультант? Что он конкретно делает? И вот именно здесь начинается та остросюжет-

ная приключенческая часть, которую журналисты так любят приписывать профессии консультантов.

Всего навыков консультирования в разных областях жизни насчитывается около 7 600. При этом здесь как в иероглифах китайского языка — страшно сложно, много, а главное — необъятно для мозга одного человека.

Поэтому консультанты, как и китайцы, все «иероглифы», то есть навыки своей широкой профессии, физически знать не могут. Очень хороший уровень профессионального развития консультанта — это освоение 700–800 навыков. В школах консалтинга на первых курсах преподают от 16 до 30 навыков, на выпускном курсе — до 200. Всем остальным навыкам учит профессиональная практика и неугомонность, пытливость ума отдельного консультанта, его амбициозность и профессиональный азарт, в зависимости от того, каким «крутым сенсесем» в своем искусстве он хочет стать.

«Эпик фейлы» и причины неудач консультантов

Тем не менее работа консультанта не всегда заканчивается голливудским «хеппи эндом». Иногда случаются неудачи. Порой они происходят из-за нежелания клиента внедрить что-то новое, что предлагает ему консультант. Эта боязнь новизны в характере некоторых предпринимателей удивительно сочетается с общей природой предпринимательства, которая будто бы сама по себе подразумевает открытость к новому, инновациям, стремлению отнести неэффективное старое и заменить его высокотехнологичным новым. Но, к сожалению, встречаются косно мыслящие бизнесмены.

В других случаях виной становится боязнь предпринимателя довести начатые реформы и дело до конца, тем самым

делая что-то и в то же время ничего не делая, обессмысливая все начатые преобразования. Такая политика полумер и полуреформ имеет печальную известность самой вредной из всех деятельности, ведь иногда лучше вообще не начинать, чем бросать на полпути. Такое малодушие не может привести к успеху.

Подготовка консультанта к работе

Хороший консультант, прежде чем приступить непосредственно к делу — к консультированию клиента и включению таймера своего рабочего часа, который стоит от 1 000 долларов, — проводит колоссальную подготовительную работу. Консультант изучает огромный массив информации о компании своего клиента, составляет список возможных решений его проблемы, анализирует каждый недостаток в предприятии заказчика и многое другое. Именно так готовится волшебство консалтинга.

Поэтому нужно сказать, что консультанты тщательно готовятся к рабочему разговору с клиентом, чтобы за час найти и предложить решение проблемы заказчика. В противном случае, без подготовки поиск решения мог бы затянуться надолго, что интересно делать консультанту и получать за каждый использованный час по 1 000 долларов, но совсем не интересно самому клиенту.

Но давайте приведу пример для наглядности. Однажды, чтобы подготовиться к разговору с генеральным директором одной большой европейской компании, мне пришлось прочесть около 5 000 интернет-страниц информации менее чем за одни сутки. Именно такой объем информации консультанту приходится пропускать через себя перед встречей.

Три задачи, которые консультант должен решить в работе с клиентом

Это всегда такие направления:

1. **Четко сформулировать проблему клиента, другими словами – что он хочет, что его бизнесу нужно?** Почти всегда заказчик не может внятно сформулировать, какой результат он хочет получить. Не удивляйтесь, если однажды к вам придут с проблемой «погасших глаз» сотрудников компании («у наших сотрудников глаза больше не горят, помогите!») и при этом будут стремиться к решению этой проблемы всего за час вашего рабочего времени.

Неспособность заказчика четко объяснить проблему очень часто приводит к тому, что 40% рабочего часа консультирования уходит только на этот этап, только чтобы понять – что же он хочет, в конце концов?

2. **Убедить клиента, что твое решение проблемы самое верное и реалистичное.** Удивительно, но консультанту иногда приходится быть в роли личного психотерапевта и убеждать заказчика, что это новое и «необычное» решение, которое вы предлагаете, действительно реально воплотить в жизнь и что оно правда будет работать.

Мы уже говорили выше об этом страхе новизны у некоторых бизнесменов. Услышав что-то новое, в корне отличающееся от их обычной практики ведения бизнеса, предприниматели пугаются и даже пытаются сабotировать решение своей собственной проблемы. «Все что угодно, но только не новое!» — однажды в холодной испарине воскликнул мой клиент. Однако, чтобы успешно закрыть проект, консультантам нужно преодолевать такие психологические проблемы заказчиков.

3. **Формализовать стоящую перед консультантом задачу.** То есть нужно просто увидеть эту задачу, разложить ее «по полочкам», разбить на отдельные этапы и создать образ будущего результата. После этого работа заключается только в преодолении этого пространства между проекцией задачи и ее воображаемого решенного образа в будущем.

Эмоционально-истероидный консультант — звезда консалтинга

Примет ли клиент предложенное консультантом решение проблемы или нет — это на 50% зависит от того, насколько консультант убедительный и эмоциональный человек.

Эмоционально-истероидный консультант — это вовсе не консультант-истеричка, закатывающий скандалы и устраивающий грандиозные конфликты со своими заказчиками по поводу принятия его предложений. Статистика гласит, что успех проекта на 50% зависит от простого человеческого фактора симпатии и доверия. Консультант должен быть убедителен в своей манере поведения, умении говорить, доказывать свою точку зрения. Неуверенную «мямлю» никто не станет слушать, что бы такой человек ни говорил.

Три самых главных качества консультанта, без которых ему нечего делать в профессии

1. **Многоустановочность.** Это умение находить сразу несколько вариантов решений, а не зацикливаться на первом готовом и думать, что это и есть самый верный ответ

на вопрос. Именно такова психология большинства обычных людей. Едва в голову приходит что-то очень похожее на правильное решение, они ленятся искать еще другие возможные варианты. Вместо этого такие люди начинают разрабатывать это единственное найденное решение, углубляясь в него. Тем самым они повышают шансы потерпеть неудачу в достижении поставленной задачи.

2. Сосредоточенность и самообладание, спокойствие.

Эта способность помогает отрешиться от вредных продуктивному мышлению факторов внешнего мира и его раздражителей. Клиент торопит? Черт с ним! Вы должны решать проблему именно столько времени, сколько нужно для качественного результата.

Самая важная задача — найти несколько конструктивных, аргументированных и альтернативных способов решения существующей проблемы. Конструктивные — это значит применимые в жизни, аргументированные — те, которые вы способны объяснить, альтернативные — соизмеримые между собой.

3. Честность. Консультант не может быть компетентен абсолютно во всех отраслях и профессиях. Профессиональный консультант не будет брать «не свои» проекты, те, в которых он не разбирается. Это может привести к очень печальным результатам.

Работа консультанта в консалтинге

Первое, что мы будем делать — это анализировать и улучшать все лучшее, что есть в компании. В это сложно поверить, но мы будем это улучшать. Второе: мы обязательно добавим что-то, что необходимо. Порекомендуем добавить что-то необходимое для улучшения работы сервиса этой компании.

И третье: мы уберем все ненужное. Это касается и лишнего персонала, на который приходится просто тратить прибыль компании.

Некоторые считают, что консультант должен знать все нюансы бизнеса. На самом деле, все нюансы бизнеса знают ваши работники, которые работают за зарплату: это бухгалтера, менеджеры, и весь состав, который ведет этот бизнес. Консультанта как раз-таки приводят и приглашают, чтобы получить какое-то мнение извне, которое будет экстраординарным и приведет к каким-то прорывам. Вот именно для этого нужен консультант. Поэтому, независимо от того, в какой ситуации находится ваша компания, даже если она прибыльная, даже если она много зарабатывает, по нашему мнению, нужно обязательно привлечь консультанта. Потому что консультант может найти недозарботанные деньги и недополученную прибыль вашей компании.

Почему консультант — это выгодное вложение в бизнесе, которое всегда приносит дополнительную прибыль? В большинстве случаев люди, читающие эту книгу, будут думать: «Я и сам не плох или я сам опытен в любом бизнесе, потому что уже не раз занимался предпринимательством на территории СНГ, бывшего Советского Союза, поэтому у меня неплохо получится, и я сам попробую сначала, а потом может и воспользуюсь услугами консультанта...»

Из моего опыта следует то, что в большинстве случаев, когда люди уже «влипли» и у них недостаточно финансов, чтобы вытащить компанию из убытков, они обращаются за помощью. Потому что для того, чтобы запустить компанию, нужны либо свои деньги, либо деньги инвесторов. Своих денег не всегда хватает, а инвесторы обычно не вкладывают деньги в убыточные разорившиеся или разоряющиеся компании. Поэтому максимум, что вы можете получить — это предложение выкупить у вас оставшееся оборудование, если таковое имеется, и это все «пойдет с молотка». Поэтому учиться на своих ошиб-

ках — это не самый лучший и не самый прибыльный вариант. А вот пригласить консультантов в свой бизнес еще до того, как вы запустились или находитесь в стадии развития — это самое правильное решение, потому что оно гарантированно защитит вас от ошибок и убережет ваши деньги, которые вы вкладываете в компанию.

Приглашенный вами консультант расставит все акценты на тех звеньях цепи, которые могут порваться, ведь там, где тонко — там и рвется. Все вот эти моменты будут консультантом обозначены. И обозначены не просто так, например: «Смотрите, здесь у вас в процессе...», «Процесс довольно быстрый, но почему-то замешкались», «А здесь почему-то не складывается, а здесь почему-то не берут». Консультант не просто отмечает какие-то моменты, он еще и дает детальные советы, как избежать той или иной ошибки. Это может иметь отношение как к бизнесу, который уже работает, точно также и к стартапу, который только запускается.

Естественно, на начальном этапе вы не можете знать, где еще окажется такое тонкое звено. Но большинство звеньев консультантами до начала будут отмечены. И если появится специалист, то вы его можете привлекать в течение достаточно долгого периода времени, ведь он никуда не исчезнет и не испарится. Консультационные компании будут только рады вести ваш бизнес и ограждать вас от проблем, которые могут появиться в процессе вашей работы.

Секретные сделки, которые консультанты могут спасти

Вы знаете, что у нас в советском менталитете заложены понятия: первое — деньги любят тишину; и второе — если я заработал столько денег, то я все могу разрулить сам. Поэтому бывает так, что секретные сделки, которые не рассказывают

ни инвесторам, ни консультантам, ни юристам, ни специалистам, очень плачевно заканчиваются.

В частности, была у нас такая женщина, которая пришла к нам за помощью после того, как у нее конфисковали целое здание на Манхэттене, которое она пыталась достроить.

Она купила его уже у кого-то в процессе банкротства, когда человек уже разорялся, и думала, что у нее получится довести это строительство до конца. Кстати, обанкротившийся бизнесмен был девелопером с огромным опытом, который постоянно строил здания в том же городе — Манхэттене. И даже у него не получилось это сделать. И наши самоуверенные бизнесмены решили взять на себя такой неподъемный груз — закончить строительство здания самостоятельно, без какого-либо опыта строительства в Америке и без финансового банковского плеча, то есть за свои деньги.

И получилось так, что при невыполненных нормативах это здание отшло опять банку и в очередной раз ушло с аукциона. И человек потерял около 30 миллионов долларов, просто потому, что не посоветовался с консультантами, которые занимаются всю жизнь строительством. Это несмотря на то, что эта женщина в России занималась большую часть своей карьеры строительством коммерческой недвижимости.

Вот вам один из примеров, который доказывает, что своими силами не всегда лучше что-то делать и не всегда хорошо учиться на своих ошибках. Поэтому пользуйтесь услугами консультантов.

Покупать бизнес или открывать стартап?

Для того чтобы открывать стартап или покупать бизнес, человек, во-первых, должен изучить рынок и ту индустрию, в которой он планирует работать. Покупая бизнес, вы должны знать: у кого вы это покупаете, настоящую причину, почему человек его продает; узнать почему этот бизнес не продался

по знакомым, родственникам, друзьям; почему он не оставляет этот бизнес своим потомкам. Учитывая то, что для поддержания бизнеса на протяжении десяти лет нужны неимоверные усилия, которые были вложены, поэтому можно считать такое предприятие довольно успешным.

«Никто никогда не продает курицу, которая несет золотые яйца», — это правило номер один. Поэтому вы должны быть уверены, что есть какой-то подвох.

Открывая бизнес с нуля, вы должны узнать, если ли у вас преимущества на этом рынке или нет. Потому что вы будете обязательно конкурировать с огромным количеством профессионалов, которые состоялись в этом бизнесе и которые занимаются этим не только одно поколение (а может даже несколько поколений). У них могут быть связи, папы и дедушки, и даже бабушки, возможно, занимались этим делом. Не думайте, что сможете на «авось», «небось» и «так сойдет» зайти и конкурировать на рынке полноценно с профессионалами, такого просто быть не может. Также не пройдет вариант, если вы купите этот бизнес. У вас все равно должны быть знания, связи, потому что эти бизнесы не продаются просто так.

Какое бы решение вы не приняли — покупка старого бизнеса, готового либо создание нового стартапа — это требует помощи профессионалов. Обязательно должен быть, во-первых, адвокат, который, если вы покупаете уже состоявшийся бизнес, должен выяснить то, насколько у компании все хорошо с легальной точки зрения. Должен быть бухгалтер, который точно так же проверит бизнес и расскажет, чем бизнес владеет, сколько долгов и все остальное.

И третье, и самое важное — и в первом, и во втором варианте должен быть консультант. Вы должны нанять консультационную компанию, которая, внедрившись в этот бизнес, просто расскажет: где что не так, где что-то от вас скрыли, и найдет реальную причину, по которой этот бизнес продается. Хотим

еще раз повторить, что нет особо много желающих продать «курочку, несущую золотые яйца». Как правило, люди, которые держат успешный бизнес, просто передают его по наследству, и империя растет все дальше и дальше, зарабатывает все больше и больше, и охватывает все большее пространство. Это возможно в том случае, если этот бизнес правильно и хорошо поставлен.

Однако стоит отметить следующее: из 100% стартапов примерно 90% оказываются безуспешными и в течение 2–3 лет закрываются. Это тоже правда. Поэтому выбор, господа, за вами. И единственное, на чем еще раз хотелось бы сделать акцент, — не нужно торопиться. Ни в коем случае не спешите, не делайте никаких телодвижений до тех пор, пока не получите весь объем информации об этом виде бизнеса.

И если это новый стартап, то вам тем более нужен консультант, который убережет вас от многих ошибок. Специалист сможет поставить вам практически весь бизнес с нуля. Это не под силу всем остальным людям, ни адвокату, ни бухгалтеру. Никто с этим не справится, кроме консультанта, который действительно заинтересован в развитии этого бизнеса. Консультант работает за деньги, но при этом работает с чистого листа, выстраивает для вас всю схему, показывает, где и куда, и как вы идете. Он отлаживает этот механизм и, пожелав вам удачи, оставляет вас на вашем же предприятии. Бизнес будет работать как часовой механизм. Еще раз хотим отметить, ни адвокат, ни бухгалтер для вас этого не сделают, только консультант. Как вы видите, консалтинг — важная штука, которая поможет вам в создании успешного бизнеса. Во многих ситуациях именно он, а не другие специалисты, сможет вам помочь.

Послесловие

Дорогу осилит идущий. Эта фраза помогла не останавливаться на тернистом пути многим людям, которые стремятся совершенствоваться, развиваться и достигать целей. Надеюсь, что прочитанная книга стала для вас расширенной версией этого изречения и своего рода мотиватором для того, чтобы воплотить мечту о переезде в Америку.

Главное — верить, что нет ничего непреодолимого на пути знакомства с Соединенными Штатами Америки как с будущим местом проживания на постоянной основе. Это пособие — ваша возможность убедиться в собственных силах, удостовериться, что можно чувствовать себя американцем в неродной среде и не выделяться на фоне других.

Теперь, дорогие читатели, у вас есть достаточный объем информации для того, чтобы не растеряться в сложной ситуации на новом месте. Вы знаете о том, как американцы ведут общение, воспитывают подрастающее поколение, учатся, создают частные предприятия и даже лечатся. Но самое главное — вы имеете полное представление о том, как создать свой бизнес в непривычной обстановке, заниматься финансами и распоряжаться собственным имуществом.

У вас есть достаточное представление о том, в каких услови-

ях это происходит. Ваш вариант — не прокладывать свой путь в новой стране методом проб и ошибок, а ориентироваться по книге *Бизнес и иммиграция в США* и привыкать к новому месту жительства. Я дал ответы на большинство вопросов, которыми может задаться наш соотечественник, планируя навсегда переехать в США или живя в Америке на протяжении 5–10 лет. Ваша задача — правильно воспользоваться всеми подсказками и рационально действовать в нестандартных ситуациях — таких, которые показаны в приведенных историях-примерах. Благодаря этому вы сможете не только выжить, но и улучшить свое финансовое положение.

Важно помнить все наставления, прислушиваться к каждому совету, сказанному выше. Это поможет избежать не только неловких ситуаций и недопонимания со стороны местных жителей, оплошностей, которые часто допускают неопытные приезжие, но и не допустить серьезных проблем.

Нельзя оспорить тот факт, что Америка и страны бывшего СССР слишком отличаются друг от друга. Но, видя отличия и пользуясь информацией из этой книги, иммигрант получает бесценную привилегию — понимать сложный менталитет американцев. Благодаря этому он может легко адаптироваться в новой стране, чувствовать себя комфортно в общении с людьми, а вскоре и с уверенностью назвать США своим новым домом.

Добро пожаловать в Америку!

Приветствую вас, друзья!

Спасибо, что выбрали мои книги. Для меня это большая честь — делиться с вами своими мыслями, идеями и опытом. Если вы нашли что-то ценное или вдохновляющее, мне будет очень приятно, если вы расскажете об этом. Оставив отзыв, вы не только поможете другим людям открыть для себя мои книги, но и вдохновите меня продолжать работать над новыми проектами.

Чтобы оставить отзыв, просто отсканируйте QR-код ниже:



Мне важно, чтобы идеи, которыми я деляюсь с вами, находили отклик и распространялись дальше. Если вы хотите помочь в этом, присоединяйтесь! Любая поддержка — это вклад в создание новых книг, материалов и проектов, которые помогут еще большему числу людей.

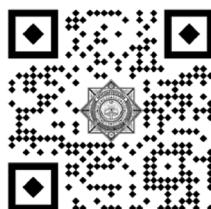
Сделать пожертвование или узнать больше можно здесь:



Я подготовил для вас особый подарок — «Священный Грибной Манифест». Этот документ раскрывает удивительную философию, основанную на уникальной концепции связи грибов

с гармонией природы и внутреннего мира человека, и показывает, как грибы могут вдохновить на более гармоничную и осознанную жизнь.

Скачать манифест можно бесплатно на моем сайте. Чтобы получить его, просто отсканируйте QR-код ниже:



Я всегда открыт для общения и взаимодействия! На моем сайте вы найдете полезные ресурсы, статьи и дополнительные материалы, которые помогут вам глубже понять темы, о которых я пишу, и найти вдохновение для новых идей. Также я рад поделиться информацией о текущих и будущих проектах, в которых раскрываются новые подходы к исследованию, развитию и поддержанию гармонии между человеком и природой.



С уважением и благодарностью,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "P. Dmitriev".

Узнайте больше о книгах Павла Дмитриева



ЭНЦИКЛОПЕДИЯ ШИЗОТЕРИПИИ

«Энциклопедия шизотерапии, или как преодолеть ад саморазвития» — книга, отличающая системы фальшивого саморазвития: от позитивного мышления и закона притяжения до синкретических квазиэтиологических течений.

Слово «шизотерапия» (смесь шизофрении и эзотерики) изобрел автор этой книги, миллионер и филантроп Павел Дмитриев. Он приводит убедительные доказательства, что аффирмации, медитации и прочие популярные способы обретения духовного и материального богатства приводят к серьезным ментальным проблемам. Вплоть до шизофрении.

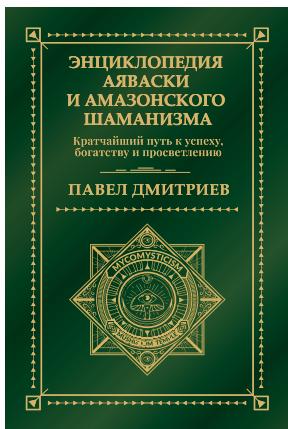
Павел Дмитриев сам долгие годы страдал от шизотерапии, но сумел вырваться из ее порочного круга. Став миллионером, он разработал четкую пошаговую систему исцеления позитивщиков даже на терминальных стадиях. Эта система помогает трезво взглянуть на мир, увидеть новые возможности и начать зарабатывать от 10 000 долларов в месяц.



БИБЛИЯ ЦЕЛИТЕЛЯ

«Библия целителя» — главная книга об альтернативной медицине на русском языке и единственная, где собрано абсолютно все необходимое.

Этот фундаментальный труд помогает исцелить себя, учит исцелять окружающих и показывает путь к истинному просветлению. Иными словами, делает человека по-настоящему разумным, здоровым и счастливым. А главное, объясняет, как делиться этой благодатью с окружающими.



ЭНЦИКЛОПЕДИЯ АЯВАСКИ И АМАЗОНСКОГО ШАМАНИЗМА

Книга, которую вы держите в руках, единственная в своем роде. Это наиболее полное руководство по амазонскому шаманизму. Если аяваска — ключ к ответам на любые вопросы, то моя книга — ключ к самой аяваске. Из нее вы узнаете:

- Что такое вегетализм, аяваска, Сан-Педро и растения-учителя.
- Какие невероятные возможности таят в себе шаманские практики.

- Как физически и ментально подготовиться к своей первой церемонии.
- Чего ждать от ритуала и как извлечь из него максимум пользы.
- Как интегрировать полученный опыт и добиться поставленных целей.

На этих страницах вас ждут ответы на сотни и даже тысячи вопросов, чтобы вы в конце концов получили ответ на главный вопрос всей своей жизни.



ПЛАНЕТА КОНЦЛАГЕРЬ

Эта книга дает ответы на вопросы, которые никогда не приходили вам в голову. Вы всю жизнь считали себя свободным человеком, но на самом деле вы тот самый раб, что полагает себя свободным от оков. Потому что вас, как и миллионы других людей на протяжении веков, заставили так думать. Религия, история и даже биология с медициной скрывают величайшую ложь нашей цивилизации. Мир вокруг вас не более чем концлагерь, а надзиратели прячутся там, где вы их никогда не подумали бы искать.



КАК НАПИСАТЬ БИЗНЕС-КНИГУ ЗА ДВЕ НЕДЕЛИ И НЕ СОЙТИ С УМА

Написать бизнес-книгу, стать настоящим экспертом, существенно расширить аудиторию и начать зарабатывать больше. У кого-то на это уходят годы. А кто-то не успевает и за всю жизнь. Вам же хватит 14 дней. Слишком хорошо чтобы быть правдой? Прочтите эту книгу — и убедитесь в обратном.

Достаточно лаконичная, чтобы не забивать голову балластом и не отнимать много драгоценного времени. Достаточно подроб-

ная, чтобы дать четкие рекомендации и разложить все по полочкам. Это не просто инструкция, как делегировать написание книги специалистам и сорвать куш. Это ваш трамплин к новому уровню профессионализма, признания и богатства. Написать одну добротную книгу не так уж сложно.

Поверьте автору 28 бестселлеров.



СЕКРЕТ ЦИФРОВОГО МИЛЛИОНЕРА

Эта книга написана долларовым миллионером, заработавшим свое состояние на продаже онлайн-продуктов. Она — для каждого, кто хочет добиться колоссального успеха в цифровую эпоху, но терзается множеством вопросов:

- Как начать онлайн-бизнес, не имея стартового капитала?
- Как привлечь массовую аудиторию в кратчайшие сроки?
- Как удачно распорядиться маркетин-

говым бюджетом?

- Как убедить клиентов в своей экспертности?

Ответы на эти и сотни других вопросов, а также отточенные стратегии и эффективные инструменты ждут вас на страницах данной книги.



БИЗНЕС И ИММИГРАЦИЯ В США

«Бизнес и иммиграция в США» — это спасительный круг для каждого, кто стремится переехать в Америку, а также для людей, уже осуществивших переезд, но не знающих, как процветать в Соединенных Штатах. Пособие поможет минимизировать трудности, которые обычно возникают как у эмигрировавших недавно, так и у тех, кто пробыл за рубежом на протяжении 5–10 лет.

Читая книгу, вы автоматически будете сравнивать отечественные и американские реалии, постепенно усваивая модель поведения американца, чтобы чувствовать себя своим в незнакомом обществе и улучшить материальное положение. Здесь вы найдете полезные советы, невыдуманные истории, интересные факты — все, что может пригодиться на первых порах тому, кто мало знаком с американским менталитетом, языком, жизненным укладом.

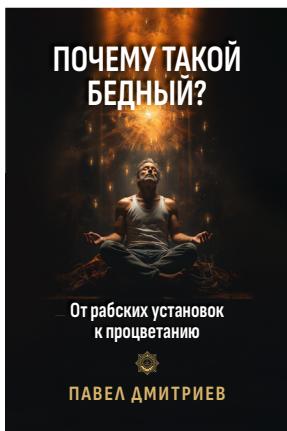
Благодаря простому, понятному изложению и систематизированной информации вы легко поймете, как научиться жить в американской среде и обретете умение легко выходить из сложных ситуаций. Если вы бизнесмен, семьянин, целеустремленный человек или просто мечтатель, эта книга — то, что вам нужно.



ПРИГОВОР РАКУ

Эта книга — для тех, кто не согласен с приговором, который вынесла им система здравоохранения. В ней описан древний и чрезвычайно эффективный способ избавиться от злокачественных новообразований раз и навсегда. Это шанс на здоровую жизнь для вас и ваших близких. Это приговор раку. И он не подлежит обжалованию.

Когда врач говорит вам, что рак — это не приговор, дело плохо. Вас ждет дорогое и мучительное лечение, которое, скорее всего, не поможет, а затем еще более мучительная смерть. Шанс на ремиссию невысокий, и если даже вам сказочно повезет, то вся дальнейшая жизнь пройдет в постоянном страхе рецидива. Но есть и другой путь.

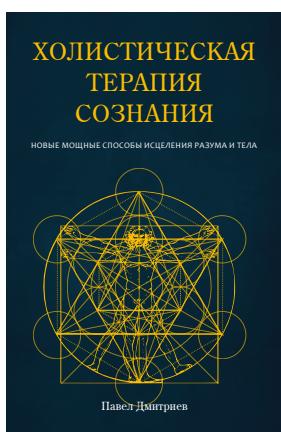


ПОЧЕМУ ТАКОЙ БЕДНЫЙ?

Человек ежедневно задает сотни вопросов. Пустяковых, жизненно важных, всяких. Каждый раз он рассчитывает получить исчерпывающий ответ. Но один единственный вопрос он задавать боится, притом не только собеседнику, но и самому себе. Потому что честный ответ может разрушить его хрупкий мирок. Этот вопрос звучит следующим образом: «Если я такой умный, то почему же такой бедный?»

Вы якобы все знаете. Можете подсказать политикам, как охладить горячие точки. Готовы инструктировать чиновников, как проводить реформы, а полицию — как побороть преступность. Единственное, чего вы не знаете, — как свести концы с концами. Большинство людей на планете это в себе нисколько не настораживает. В своих фантазиях они умудряются быть принцем и нищим одновременно.

Эта книга — ответ на тот самый вопрос, который вы боитесь себе задать. А заодно инструкция, как снять корону и положить начало глобальным переменам в своей жизни. Она предельно честная, прямолинейная и безжалостная — такая же, как ее автор. Павел Дмитриев прошел путь от 10 центов в кармане до многомиллионного состояния. Теперь ему доступна главная роскошь в этом мире — говорить правду.



ХОЛИСТИЧЕСКАЯ ТЕРАПИЯ СОЗНАНИЯ

Эта книга познакомит вас с самым талантливым врачом за всю историю человечества. С ним не сравнится ни Гиппократ, ни Парацельс, ни Авиценна, ни любой из ныне живущих светил медицины. Речь о вашем собственном сознании.

Не сомневайтесь, это лучший лекарь на планете, просто пока вы не знаете, как раскрыть его потенциал. В этой книге изложены простые и понятные техники, позволяющие исцелить разум и тело без докторов и таблеток. Лучший целитель всегда был рядом. Пришло время взять его в союзники!



КАК ЖИТЬ С БОЛЬШИМИ ДЕНЬГАМИ

О том, как заработать миллион, написано тысячи книг. О том, что делать, когда вам это удалось, до сих пор не было ни одной. А между тем состоятельных мужчин гложут сотни непростых вопросов. И отыскать правильные ответы порой сложнее, чем руководить крупным бизнесом.

То, что неудачники с завистью называют «с жириу бесятся», на самом деле оборачивается глубоким экзистенциальным кризисом.

Мужчины, уже добившиеся всего, о чём можно было мечтать, не понимают, как и ради чего жить дальше. Мульти-

миллионер Павел Дмитриев дает четкие ответы на эти и многие другие вопросы.

Данная книга — единственное в своем роде пособие для тех, кто уже достиг успеха, а теперь желает обрести новые смыслы и жить в гармонии с самим собой. Это настолько полная инструкция к жизни состоятельного мужчины, что Павел Дмитриев по праву назвал ее Библией. Библией просветленного миллиардера.



ИНСТРУКЦИЯ К ЖИЗНИ

Говорят, обыватель заглядывает в инструкцию лишь после того, как что-то сломает. Эта книга тоже не просто так оказалась в ваших руках. Ваша жизнь... не работает. Недостает то денег, то взаимопонимания, то гармонии, то простого человеческого счастья. Что-то не так, и вы не знаете, как это исправить. Значит, пора заглянуть в инструкцию. В инструкцию к жизни.

Ее составил я — миллионер, филантроп и просто счастливый человек. Откуда я знаю, что она верна? Это долгая история. Прочтите эту книгу — и все узнаете. Тут собраны от-

веты на все жизненные вопросы. И эти ответы удивительным образом верны для каждого.



МАРКЕТИНГ ДЛЯ ЦЕЛИТЕЛЕЙ

Павел Дмитриев написал десятки разных книг, но у всех есть кое-что общее. Они закрывают тему. Эта книга — не исключение. Если вы внимательно ее прочтете и будете следовать изложенным в ней рекомендациям, вам больше никогда не понадобится читать ничего о маркетинге.

И да, целителям он тоже необходим, как и представителям любой другой профессии. Человек, который стал мультимиллионером, помогая людям, знает о маркетинге и продажах все и даже больше. Не зря в США Павла Дмитриева называют королем целителей — King of Healers.



МАТЕРИ-УБИЙЦЫ

Эта книга — плод моих многолетних исследований и практического опыта, подкрепленных стремлением сделать научные знания доступными для каждого.

Она раскроет вам одну из наиболее значимых тайн человеческой психики: как непроработанные психотравмы, нанесенные материами, влияют на нас на протяжении всей жизни, независимо от нашего возраста. Это глубокое понимание может стать ключевым в улучшении качества жизни каждого человека.

Такие психотравмы часто остаются незамеченными, но их разрушительное влияние формирует подсознательные убеждения, влияющие на личные и профессиональные аспекты нашей жизни. Они приводят к застою в самореализации, финансовым проблемам и неразрешимым конфликтам в личных отношениях.

Это издание станет незаменимым ресурсом как для профессионалов в области психологии, психотерапии, медицины и альтернативной медицины, так и для широкого круга читателей, желающих глубже понять свою психику и внутренний мир.

Я уверен, что каждый читатель найдет в ней что-то ценное для себя, откроет новые аспекты своей личности и найдет пути преодоления тех непроработанных травм, которые нанесли нам наши матери, обратая тем самым гармонию и понимание своего внутреннего я.



ПРОФЕССИЯ ГИПНОТЕРАПЕВТ

Сертификационный тренинг по гипнотерапии и НЛП

В ваших руках, возможно, самое фундаментальное пособие по гипнотерапии. Оно написано простым языком, содержит подробное описание техник и приемов, а также десятки конкретных примеров. В нем собрано все необходимое, чтобы стать профессионалом высочайшего уровня. В том числе бонусные материалы и даже пошаговая инструкция, как всего за 30 дней запустить успешный бизнес в сфере гипнотерапии.

Эта книга написана основателем и президентом Американской Академии Гипноза, личным гипнотерапевтом голливудских звезд и известных политиков, миллионером и филантропом Павлом Дмитриевым. Павел занимается гипнотерапией более 25 лет, а его учителями были основатель НЛП Ричард Бендлер и Джеральд Кейн — ученик основоположника клинического гипноза Дайва Элмана.

Американская Академия Гипноза успешно функционирует с 2005 года. Ученики Павла уже помогли более чем 100 000 пациентов преодолеть сложные периоды в жизни, а также избавиться от алкогольной, никотиновой, наркотической и других зависимостей. Методики, описанные в этой книге, гарантируют устойчивый результат. Она, вне всяких сомнений, должна стать настольной для гипнотерапевтов, психологов, целителей, врачей и всех тех, кто желает достичь благополучия и успеха, помогая людям.

БИЗНЕС И ИММИГРАЦИЯ В США

«Бизнес и иммиграция в США» — это спасательный круг для каждого, кто стремится переехать в Америку, а также для людей, уже осуществивших переезд, но не знающих, как процветать в Соединённых Штатах. Пособие поможет минимизировать трудности, которые обычно возникают как у эмигрировавших недавно, так и у тех, кто пробыл за рубежом на протяжении 5–10 лет. Читая книгу, вы автоматически будете сравнивать отечественные и американские реалии, постепенно усваивая модель поведения американца, чтобы чувствовать себя своим в незнакомом обществе и улучшить материальное положение. Здесь вы найдёте полезные советы, невыдуманные истории, интересные факты — всё, что может пригодиться на первых порах тому, кто мало знаком с американским менталитетом, языком, жизненным укладом. Благодаря простому, понятному изложению и систематизированной информации вы легко поймёте, как научиться жить в американской среде и обретёте умение легко выходить из сложных ситуаций. Если вы бизнесмен, семьянин, целеустремлённый человек или просто мечтатель, эта книга — то, что вам нужно.



mycomysticism.com

