



# ВНИМАНИЕ, КАРМАННИКИ! (посвящается «выходцам»)

**Кто такие карманники в ювелирке? По аналогии с привычным значением слова предположим, что это те, кто бесцеремонно лезет в дела других с очевидным намерением – украсть то, что им не принадлежит, например, интеллектуальную собственность, наработки предприятия, клиентскую базу. Некоторое время назад в Костроме, ювелирной столице России, особенно остро среди ювелиров встал вопрос о подобных воришках – бывших сотрудниках, которые, отработав некоторое время и получив знания, опыт и неплохое финансовое вознаграждение, отправляются в самостоятельное плавание, прихватив модели своего работодателя. Иначе их еще именуют «выходцами». Собственно, как ни называй, факт остается фактом – недобросовестные сотрудники, пользовавшиеся доверием, открывают свой бизнес, правда, с ворованным ассортиментом.**

Николай ПАВЛОВ

Увы, но реальность показывает, что практически все участники ювелирного рынка знают этих ловкачей в лицо, однако действенного способа борьбы с ними до сих пор не придумано. Пострадавшими в данном случае оказываются компании и производства, годами работающие на

качество, создающие свое имя, репутацию, собирающие под свое крыло мастеров ювелирного дела.

Дельцы же нанимаются на работу, трудятся на крупных и малых ювелирных предприятиях Костромы, Красного, Екатеринбурга, Москвы, вливаются в узкий круг дове-



ренных лиц, и, пожалуй, даже сами верят в искренность своих намерений, радеют за отеческое предприятие. А потом, как в кино про иллюзии и обман, происходит фокус. Механизм фокуса «выходцев» прост и понятен: наработанные связи становятся личными, модели присваиваются, идеи компании идут за основу стартапа новой фирмы.

Кто-то может цинично сказать, что это бизнес. Но, позвольте, а кто отменял понятия о честности, доверии? Давно в прошлом остались приемы из 90-х, по которым «ваше» быстро становилось «нашим». Как-то трудно понять, как умудряются ювелирные карманники предлагать ворованные модели той же самой клиентской базе, осваивать эскизы, которые не успели реализовать их авторы, агитировать других работников последовать за ними в свободное плавание...

Все, кто имеет отношение к ювелирному делу, подтвердят, что развить свое дело – это колоссальный труд, требующий затрат не только финансовых, но и душевных, эмоциональных. И каково реальное разочарование, когда вдруг сталкиваешься с обманом, несправедливостью, предательством со стороны коллег. В этом обмане принимают участие и те, кто поддерживает фальшивый бизнес, разрешая «выходцам» выставлять товар на своих витринах, кто ради выгоды в 10 рублей попирает честное товарищество ювелиров. Лоббирование интересов воришек, конечно, личное дело каждого, но еще актуален смысл старинной поговорки, которая гласит: «Честь на волоске висит, а потеряешь, так и канатом не привяжешь».

Хотелось бы заметить, что бизнес – это не только деньги, это большой путь от задумки к реализации, созданию предприятия, на котором трудятся десятки людей, платится зарплата, идет выпуск ювелирных изделий. Так зачем сотрудничать с ювелирными карманниками, подводить честных производителей? Пожалуй, повод крепко подумать есть.

**P.S. В настоящей статье мы намеренно не упоминаем имен, не называем компаний. Но сомневаться в том, что описанное выше имеет место быть, увы, не приходится. На наш взгляд, есть смысл стремиться к честному партнерству, развивать свои, а не ворованные идеи, уже сегодня.**

**Вам есть что сказать по данному поводу? Пишите комментарии к статье на нашем сайте: [www.njt.ru](http://www.njt.ru)**

