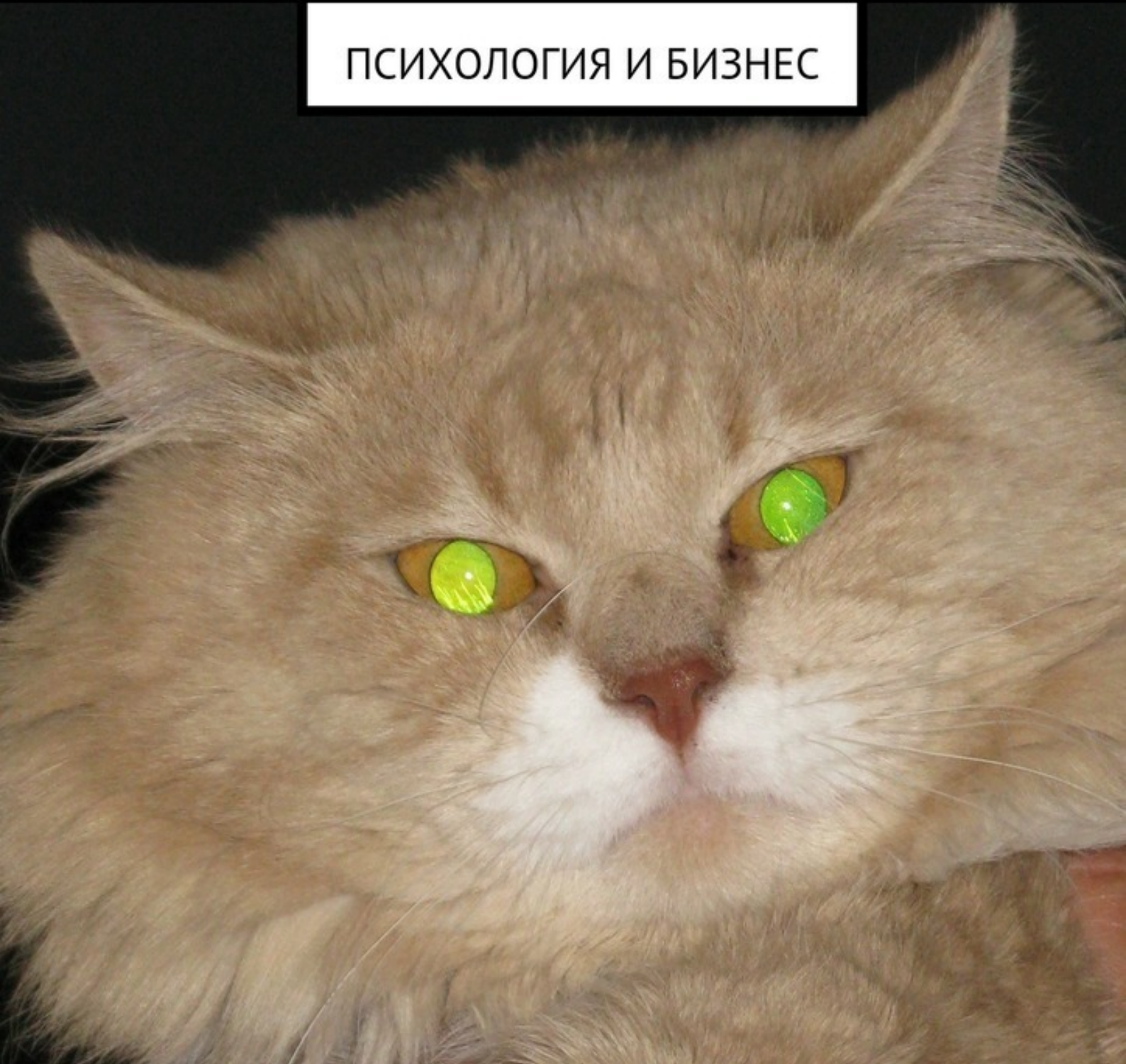


СЕРГЕЙ ПОПОВ

---

# Думай и богатей по- русски – 4

ПСИХОЛОГИЯ И БИЗНЕС



Сергей Попов

**Думай и богатей по-русски**  
**– 4. Психология и бизнес**

«Издательские решения»

**Попов С. Н.**

Думай и богатей по-русски – 4. Психология и бизнес /  
С. Н. Попов — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-834868-6

В книге даются ответы на животрепещущие вопросы, как создать оригинальный бизнес в условиях сформировавшегося рынка, как бизнесмену оправдывать ожидания окружающих, кем окружать себя, чтобы быть успешным.

ISBN 978-5-44-834868-6

© Попов С. Н.  
© Издательские решения

# Содержание

Часть I	6
Вступление	6
Глава 1. Оригинальный зарубежный опыт и уникальный свой	8
Глава 2. О вреде подражания	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

**Думай и богатей по-русски – 4**  
**Психология и бизнес**  
**Сергей Николаевич Попов**

© Сергей Николаевич Попов, 2016

ISBN 978-5-4483-4868-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

# Часть I

## Как создать новый бизнес

### Вступление

Если спросить мнение современного россиянина, каким образом сегодня проще всего заработать деньги, например, в случае вступления в трудовую жизнь, или увольнения с предприятия, разорения собственного бизнеса или для того, чтобы пополнить бюджет дополнительным заработком, то в большинстве случаев можно услышать в ответ, что для того, чтобы заработать деньги, следует заняться сетевым бизнесом, или риэлтерской деятельностью, или открыть свою маленькую торговлишку, или попытаться счастья на электронной бирже, или просто удариться в поиски работы, используя для этого своих знакомых, газету объявлений или Интернет. И в то же время, если задать людям, давшим приведенные выше ответы, следующий вопрос: «А можно ли перечисленными способами сегодня заработать хотя бы мало-мальски серьезные деньги?», то ответом, скорее всего, послужит неопределенное пожатие плечами, означающее, что сегодня заработать такими способами приличные деньги уже очень и очень сложно. Задайте тогда вопрос: «А что же делать?», и ответом будет только тяжелый вздох.

В этом факте нет ничего ненормального. Теми видами коммерческой деятельности, которые распространены широко и не являются в настоящий момент какими-то ноу-хау, обыкновенному человеку больших средств не заработать. Ведь если ты берешься повторять чужой бизнес, то будь готов к тому, что по такому же пути пойдут (или уже идут) тысячи, а то и сотни тысяч людей, а значит, твое предложение товара или услуги просто растворится в массе аналогичных предложений, и деньги, которые мечтал заработать ты один, просто арифметически поделятся на всех. Так кто же тогда набивает карманы, участвуя в традиционных видах бизнеса? Это, конечно же, крупные корпорации. Во-первых, они способны за счет больших оборотов средств сбивать цены на рынке, а во-вторых, могут лоббировать собственные интересы на законодательном уровне. Именно благодаря этим двум возможностям корпорации легко берут верх в конкурентной борьбе с разобщенными индивидуалами, порой и вовсе разоряя последних.

Что до возможности заработать неплохие деньги в сетевом бизнесе, как это имело место в прошлые годы, то сейчас обороты здесь резко снизились, и, скорее всего, это снижение продлится и дальше. Причин здесь несколько, но корень у них один: в многоуровневом бизнесе нельзя заметно преуспеть, осуществляя одни лишь продажи. Чтобы преуспеть, надо строить собственную структуру. Структура должна создаваться из активных, работоспособных людей. Найти этих людей в крупных городах (особенно столичных) с каждым годом становится все труднее. Дело в том, что заработная плата наемного рабочего в Москве и Санкт-Петербурге достаточно высока. Для того чтобы, придя с нуля в сетевую компанию, зарабатывать в ней точно такие же деньги, надо бегать целый день, как собака с высунутым языком, без выходных и праздников. Активному, работоспособному, а главное, еще достаточно молодому человеку куда как проще разослать свое резюме в десяток-другой фирм и устроиться на работу. А потом расти себе по карьерной лестнице. Тенденция к увеличению заработной платы прослеживается не только в столицах, но и в других больших городах. Сетевые же компании, освоившиеся на российском рынке, напротив, ужесточают маркетинг-планы для своих сотрудников, так что предложение работать в многоуровневом бизнесе, сделанное представителям активной части населения, становится для последних все менее и менее привлекательным.

Не секрет, что центр сетевого бизнеса сегодня переместился в малые города, где все еще существуют низкие заработки и тотальная безработица, а главное, невысокий ритм жизни. Продажа продукта через сеть, расширение структуры и работа с ней предполагают длительное общение. Высокий ритм жизни большого города не оставляет должного отрезка времени ни для продаж, ни для рекрутирования, поэтому сетевой бизнес процветает там, где это время есть, то есть в маленьких городах. Иными словами, если ты живешь в крупном городе, то для тебя перспектива заработать через сеть одна – это создать и поддерживать работающие структуры в небольших поселениях. Но перспектива то и дело мотаться по неустроенным городишкам, ютиться там по углам в чужих квартирах, имея благоустроенное жилье, например, в Петербурге или Самаре, тоже мало кого прельщает. К тому же такой стиль работы обязывает надолго оставлять семью, что не всякий может себе позволить.

Что касается создания работоспособных команд в крупных городах, то здесь существует еще одна трудность. Сетевой бизнес на протяжении последних лет своего присутствия в России уже вобрал в себя практически всех людей среднего возраста и старше, пригодных для ведения самостоятельной коммерческой деятельности. Как следствие, в многоуровневой коммерции сегодня преуспевают те, у кого уже сложились неплохие команды. Поэтому, если вы только-только стали сетевиком, то, скорее всего, убедитесь, что команду вам строить не из кого.

На рынке недвижимости жизнь замерла из-за непомерно высоких цен на жилье. У меня сложилось впечатление, что сегодня риэлтеров в России больше, нежели людей, которые хотели бы воспользоваться их услугами.

Конечно, никакой трагической безысходности нет. Все описанное выше – это не какая-то сугубо российская картина – так обстоят дела практически во всех уголках Земли, где действуют механизмы рыночной экономики. Большие деньги делались быстро в условиях дикого капитализма, когда бизнесом занимались немногие. Когда рынок развился, наживать капитал стало все труднее и труднее.

Другое дело, что нынешнее поколение россиян столкнулось с этим явлением впервые. Столкнулось и растерялось. И тут же поселился в душе червь сомнения: а существует ли вообще возможность разбогатеть обыкновенному человеку через механизм свободного бизнеса или он обречен всю жизнь только сводить концы с концами? Нет, не следует отказываться от мечты стать богатым. Надо лишь внимательно осмотреться по сторонам для того, чтобы понять, как делаются большие деньги в условиях сложившегося рынка, как, например, такие же обычные люди, но живущие в странах, где рыночные отношения сложились давно, находят свой путь к большим деньгам, как создают капитал у нас в стране весьма сообразительные соотечественники.

## Глава 1. Оригинальный зарубежный опыт и уникальный свой

Применительно к Соединенным Штатам Америки у всех на слуху история с кошкой, которую «сердобольная» хозяйка собственноручно усадила в микроволновую печь и включила последнюю. Кошка, как мы знаем, сдохла, а юристы отсудили у компании-производителя микроволновки кругленькую сумму в связи с трагической кончиной животного – в инструкции по эксплуатации, де, не было сказано о том, что домашних животных во включенной микроволновой печи ждет гибель. Затем последовал еще один успешный процесс, уже против компании «Макдоналдс» – мальчик, де, набрал опасный для здоровья вес, питаясь в стенах именно этого заведения.

Что это, создание жизненных анекдотов или активный поиск новых форм бизнеса? Конечно, последнее. Америка, как мы знаем, – страна юристов. Там представителей этой профессии, наверное, столько же, сколько в России участников сетевого бизнеса. Понятно, что дел уголовных, гражданских и прочих, – тех, что возникают естественным образом, на всех юристов не хватит. Для того чтобы отдельным американским юристам жить лучше своих многочисленных коллег, им надо находить новые возможности для создания юридического прецедента, используя в первую очередь специфику своей страны.

Согласитесь, что если в России посадить в микроволновую печь не то что кошку, а родного отца, а потом, в связи с гибелью последнего, попытаться через суд предъявить претензии фирме-производителю печи, – мол, де, в инструкции не указано, что живое существо в этом изделии погибнет, – выиграть такое дело возможности не представляется. Во-первых, в суде тебе резонно ответят: «Ну, не написано в инструкции, а голова-то у тебя есть?» И если ты заявишь, что головы у тебя как бы не существует, то рискуешь оказаться не в собственной вилле, приобретенной на деньги, отсуженные у фирмы-производителя микроволновок, а в психиатрической клинике на основании своего же официального заявления. Но даже если эта горькая участь тебя минует и дело будет принято к рассмотрению, то фирма-производитель попытается повлиять на суд, и суд этому «влиянию», скорее всего, поддастся.

Это в Соединенных Штатах о безопасности твоей кошки обязаны думать едва ли не все, а судьи настолько материально обеспечены, что могут позволить себе заботиться о чести всей системы правосудия, а не о содержимом собственного кошелька. Поэтому в этой стране судебная система охотно встанет на сторону интересов покойной кошки, принадлежавшей простому американцу. Подобный процесс, а главное, решение суда в пользу потерпевшего – это повод для пиар-кампании как всей системы правосудия, так и лично судьи, ведущего дело, который наверняка видит себя в кресле сенатора. **Понимание этого, чисто американского, уклада жизни и умелое использование подходящей ситуации (или моделирование таковой) приводит отдельно взятого юриста к возможности сорвать солидный денежный куш там, где его коллеги по цеху довольствуются среднестатистическими заработками.**

Что касается новых способов зарабатывания денег в условиях сложившегося рынка, то здесь очень любопытен опыт наших бывших соотечественников, оказавшихся, к примеру, на территории Германии.

При пересечении германской границы каждый из переселенцев с удовлетворением думал: «Жизнь удалась!» Защищенность, социальные пособия, экономическая предсказуемость – все это позволяло уверенно смотреть в будущее. Но очень скоро это будущее вырисовалось вполне конкретно и далеко не таким, каким его мечтали видеть переселенцы. Немцам, приехавшим в Германию с Волги, из Казахстана и Киргизии, была уготована та же участь, какая уготована в России таджикам, узбекам, молдаванам, украинцам – использование в качестве дешевой рабочей силы для осуществления низкоквалифицированной деятельности. Высоко-

чить за эти рамки, имея дело с отлаженной, а главное, неподкупной немецкой бюрократической системой, переселенцам из стран СНГ практически невозможно. Войти на давно сложившийся рынок ходовых товаров или традиционных услуг для них практически нереально. Чтобы работать в лучших условиях, чем те, что тебе отвело германское правительство, искателям счастья на чужбине остается одно: создавать на территории этой новой для себя страны абсолютно новые виды коммерческой деятельности. Расскажу, с какими видами этой деятельности сталкивался лично я.

Например, зашел разговор о возможности организовать мои семинары и консультации среди эмигрантов в странах Евросоюза. «Я попытался таковые организовать, – отчитывался собеседник, – но ничего не вышло». Я поинтересовался: «Почему?» «А меня первым долгом спросили: а Попов, он – еврей?» Я ответил: «Кажется, нет». «Тогда мы не сможем собрать на него зал», – последовал вердикт. «Почему так?!» – полюбопытствовал я. Собеседник мне объяснил, что та часть эмиграции, которая заинтересована в интеллектуальном продукте, относится к переселенцам конца 80-х – начала 90-х годов – тогда в Европу выезжала преимущественно интеллигенция. Правда, у этой интеллигенции была одна отличительная особенность – она состояла большей частью из лиц еврейской национальности. «Вот если бы вы были евреем, Сергей Николаевич, – было сказано мне, – то проблем с организацией ваших семинаров в странах Евросоюза уж точно не возникло бы». Я горько вздохнул и ответил, что еврейских корней в моей родословной нет. Удивительно, но эта информация не смутила моего собеседника. «Еврейских корней нет, если их не искать, – оптимистично заявил он. – А если за дело возьмутся профессионалы, то они у вас найдут ровно столько еврейской крови, сколько требуется для того, чтобы вы могли официально считаться представителем этого древнейшего народа». Дальше мне назвали ту сумму, в которую «профессионалы» оценивали свой труд. Она показалась мне не малой, но и не настолько большой, чтобы лично я (или кто-то другой) при желании не смогли бы ее заплатить. Собеседник добавил: «Вам еще выдадут восемьсот евро на обрезание». Я пришел в ужас, представив, через что мне еще предстоит пройти. Но меня успокоили: «Обрезание только по желанию. Вы отнесете деньги в одну инстанцию и там просто получите справку, что вы обрезаны». «Решайтесь! – подбодрил меня собеседник. – Тогда для вас в Европе все двери будут открыты». Лично я не решился. Но, периодически посещая Германию, едва ли не на каждом шагу встречал новоявленных «сынов Израилевых», которые до переселения в Европу были русскими, татарами, чувашами, обрусевшими немцами. Отсюда вывод: у «специалистов» по поиску еврейских корней есть, а главное, будет работа, и, значит, есть и будут неплохие заработки. Все вышеописанное не что иное, как вполне конкретный бизнес, который, кстати, процветает не в одной Германии. Услуга новая и весьма востребованная. Конкуренты есть, но они пока друг другу не мешают.

А вот еще одна новая форма коммерции, дающая доход в зарубежье.

При просмотре русскоязычных газет внимание всегда привлекает обилие объявлений: «Окажу помощь в получении кредита». Я поинтересовался у своего знакомого, который более десяти лет живет в Германии, с чем связано множество предложений такого рода, и услышал в ответ целую исповедь.

«До переезда в Германию я был военнотехническим, – рассказывает Вольдемар. – По роду службы имел дело с бронетехникой. Поэтому, оказавшись за рубежом, постарался устроиться «по специальности» – водителем такси. Проработал где-то около года. Потом произошла авария. Виноват был не я: в мою припаркованную машину на полном ходу врезалась немка, которая только училась водить – перепутала педаль газа и педаль тормоза. Но из таксистов меня сразу уволили, причем я попал в так называемый «черный список» – не имею права работать водителем никогда. Я перепробовал разные способы заработать себе на жизнь, как правило, отталкиваясь от желания принести пользу окружающим людям, помогал изучать немецкий язык, правильно понимать законодательство германского государства, организовывал экскур-

сии по достопримечательным местам этой страны для вновь прибывших в нее, но всегда сталкивался с одним и тем же явлением: рынок полезных услуг переполнен аналогичными предложениями, исходящими как от моих бывших соотечественников, иммигрировавших в эту страну, так и от самих коренных немцев. В итоге деньги, поступающие от потребителей этих услуг, делились между многочисленными предпринимателями, их оказывавшими, и заработок был мизерным. Моему терпению пришел конец, и я решил иначе посмотреть на тех, кто сейчас приезжает в Германию из стран бывшего СССР. Мои наблюдения дали следующее.

Одна из черт российского менталитета, сохранившаяся у переселенцев за рубежом, – *немедленно поставить себя в те же рамки, в которых уже находится твой сосед, знакомый или родственник*, то есть быть ничем не хуже его. Если, например, у родственника, переехавшего на постоянное место жительства в Европу, уже есть «Мерседес», то вновь приехавший обязательно должен иметь такой же «Мерседес» или даже лучше. Если тот же друг или родственник живет в собственном доме, то недавний переселенец, живя в городской квартире или комнате общежития, обязательно должен замахнуться на приобретение именно дома. Для такого человека не имеет значения, правильным ли будет подобный шаг с точки зрения финансового положения его семьи. Он будет стремиться любой ценой заполучить те же самые машину или дом. А это вещи дорогостоящие. Чтобы приобрести их, существует только один способ: *взять деньги в кредит*. Но получить кредит в германском банке, особенно переселенцу, – вещь сложная. За обращением с подобной просьбой, как правило, следует отказ.

Я стал давать объявления в русскоязычную газету, что оказываю помощь в предоставлении кредита. Звонки посыпались, как из рога изобилия. Я обозначил стоимость своих услуг, весьма умеренную, но тем не менее вносимую авансом, и стал брать с клиентов их данные и пересылать в известные мне немецкие банки. Кредит удавалось получить очень редко, в большинстве случаев приходил отказ, но меня это мало волновало, поскольку свои деньги я уже получил. Клиенту же я предоставлял отчет о проделанной ради него работе. У него ко мне тоже не могло быть претензий – ведь я не сидел без дела. Во второй раз ко мне эти же люди, конечно, не обращаются, но вновь прибывающих так много, стремления у них одни и те же: огромный дом, престижный автомобиль, и никаких возможностей это получить, кроме кредита. Так что мой телефон не молчит никогда. Я забыл про материальные затруднения, а моя жена перестала мыть полы у богатых немцев».

**Это совершенно новый вид бизнеса, возникший в Германии в связи с большим наплывом переселенцев из СНГ, особенностью их менталитета, возникшими проблемами и спецификой банковского дела этой европейской страны. Таким образом посредник в получении кредита или лицо, изображающее такового, – это бизнесмен новой формации.**

Еще одна категория рекламных объявлений в печатных изданиях на русском языке привлекла мое внимание. Это были всякого рода ясновидящие, потомственные колдуны, маги и т. п. Я спросил все того же своего знакомого, чем вызвана популярность оккультных услуг у русскоязычного населения, и не где-нибудь, а в самом центре цивилизованной Европы. Неужели наши бывшие соотечественники, обустроивая жизнь в новой для себя стране, больше надеются на помощь потусторонних сил, нежели на собственный ум и трудолюбие? В ответ я услышал довольно любопытную вещь.

«Да вовсе не в этом дело, – ответил мне мой зарубежный приятель Вольдемар. – Популярность представителей оккультных услуг среди русскоязычного населения обусловлена исключительно спецификой немецкой медицины. – Затем он пояснил подробнее. – Социальная защищенность позволяет переселенцам посещать в Германии любых врачей в любом количестве. Другое дело, что немецкие врачи в процессе работы поставлены в очень жесткие временные рамки. Они трудятся в непрерывном потоке пациентов. Таким образом, качество общения с больным отодвинуто на второй план.

Попав на прием к врачу в Германии, больной из СНГ натывается на то, что врачу абсолютно не нужен его рассказ о состоянии организма или течении болезни. Диагноз устанавливается врачом только на основании результатов исследований, курс лечения назначается на этом же основании. Поэтому посещение кабинета врача может ограничиться буквально двумя – пятью минутами. Ты получаешь в руки рецепт или направление на процедуры, и это все.

Но переселенцы из бывшего СССР привыкли к диаметрально противоположному методу обслуживания в больницах и поликлиниках. Больной, обращаясь к «советскому» врачу, всегда имел возможность подробно рассказать ему о своем самочувствии, о возникших симптомах заболевания. Врач внимательно, а главное, с интересом его выслушивал, ставил диагноз и назначал курс лечения (или изменял его) не только на основе результатов анализов или других исследований, но и во многом основываясь на наблюдениях больного за состоянием собственного организма. Таким образом больной чувствовал себя полноправным участником процесса, направленного на избавление от недуга.

Этот недостаток общения больного человека с врачом, которому переселенцы из бывшего СССР привыкли или жаловаться, или подробно живописать состояние собственного организма, восполняют те, кто рекламирует себя как представителя оккультных услуг. Люди платят им деньги в основном за то, что в их лице получают чуткого слушателя, предоставляющего им возможность высказаться на предмет как самих себя, так и состояния своего организма. Реальные же способности этих господ решить проблемы со здоровьем уходят на второй план».

**Согласитесь: вышеописанный бизнес – результат пристального наблюдения за тем, чего именно не хватает на чужбине переселенцу, за что он готов выкладывать порой последние деньги.**

Одним словом, РАЗВИТЫЙ КАПИТАЛИЗМ ПРЕДПОЛАГАЕТ, ЧТО ЧЕЛОВЕК, ЖЕЛАЮЩИЙ ПРЕУСПЕТЬ НА КОММЕРЧЕСКОМ ПОПРИЩЕ, САМОСТОЯТЕЛЬНО НАХОДИТ ТУ НИШУ ЛЮДСКОГО БЫТИЯ, ГДЕ ЕЩЕ НЕ СУЩЕСТВУЕТ ВОСТРЕБОВАННЫХ ТОВАРОВ ИЛИ УСЛУГ, И САМОСТОЯТЕЛЬНО ЗАПОЛНЯЕТ ЭТУ НИШУ ТАКОВЫМИ. ТОЛЬКО ПРИ ТАКОМ ПОДХОДЕ К КОММЕРЧЕСКИМ НАЧИНАНИЯМ МОЖНО РАССЧИТЫВАТЬ БЫСТРО ПРЕУСПЕТЬ В КОММЕРЦИИ, ПОЛУЧИВ СВЕРХПРИБЫЛИ ОТ СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Эту истину быстро постигают те, кто оказался в чужой стране. В самой же России дело обстоит иначе.

Люди, проживающие на постсоветском пространстве, чаще всего лишены собственного видения источников добычи денег. Они десятилетиями были приучены к тому, что о них заботятся некие вышестоящие инстанции, которые и обеспечат (на худой конец, подскажут) источники существования. До революции это был помещик или фабрикант, после революции всевозможные советские учреждения, обеспечивающие трудоустройство. Отсюда такая отзывчивость наших граждан (едва ли не на геномном уровне) участвовать во всевозможных финансовых пирамидах, сетевых компаниях, инвестиционных проектах и т. п., – они воспринимают предложения, поступившие к ним со стороны, как все то же проявление заботы о них, – предоставление возможности заработать, правда, теперь уже не со стороны государственных организаций, а со стороны частных компаний, а то и вообще со стороны единичных предпринимательских лиц.

**ОДНИМ СЛОВОМ, ВМЕСТО ТОГО, ЧТОБЫ АНАЛИЗИРОВАТЬ ТЕКУЩУЮ ВОКРУГ ЖИЗНЬ С ЦЕЛЬЮ СОЗДАТЬ СВОЙ ОРИГИНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС, НАШИ**

СООТЕЧЕСТВЕННИКИ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ИЩУТ ЗАБОТЛИВОГО ОПЕКУНА, КОТОРЫЙ НАСТАВИТ ИХ В КОММЕРЦИИ НА ПУТЬ ИСТИННЫЙ. ОПЕКУНА ОНИ НАЙДУТ, И ПУТЬ ИМ УКАЖУТ, НО ТОЛЬКО ПО ЭТОМУ ПУТИ УЖЕ ИДУТ ДЕСЯТКИ ТЫСЯЧ ТАКИХ ЖЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ СО ВСЕМИ ВЫТЕКАЮЩИМИ ПОСЛЕДСТВИЯМИ МАТЕРИАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА.

Колоссальное влияние, конечно, оказывает стадный инстинкт – в поисках обогащения люди направляются в первую очередь по тому пути, по которому уже пошел их родственник, друг, сосед и про который они слышали по телевидению, прочитали в газете или в книге. Естественно, что успешно пройти по дороге, по которой до тебя проходили тысячи, а то и сотни тысяч людей, весьма сложно – это дано немногим. Это знают все. Когда общаешься с предпринимательской братией, осознаешь, что люди поняли: **наибольшие деньги лежат там, где до нас не ходил никто.**

И ТЕМ НЕ МЕНЕЕ СТРЕМЛЕНИЯ СОЗДАВАТЬ СОБСТВЕННЫЙ ОРИГИНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС У НАШИХ СООТЕЧЕСТВЕННИКОВ, КАК ПРАВИЛО, НЕТ. САМА ИДЕЯ СОЗДАНИЯ ТАКОВОГО КАЖЕТСЯ ИМ НЕМЫСЛИМО ТРУДНОЙ.

Почему? Да единственно потому, что ни разу на протяжении жизни такая задача не ставилась ни перед ними, ни перед их предками.

Давайте проанализируем, так ли уж это трудно на самом деле – создать самостоятельный бизнес? Не приходилось ли нам самостоятельно создавать оригинальные способы обогащения где-нибудь на заре туманной юности, когда мы и не отдавали себе отчета в том, что творим?

Чтобы читателю было понятно, что я имею в виду, приведу такой пример.

Челябинский предприниматель Алексей Потеха рассказал мне следующую историю. Он, будучи подростком, возглавлял детский клуб филателистов. Его просто выбрали председателем. Родители ребенка были людьми весьма среднего достатка: деньги у них были, но доставались они нелегко. Короче, маленького Алешу деньгами не баловали, поэтому встал вопрос, откуда их брать самому. По словам Алексея, он детским взором увидел, что, во-первых, деньги у его подопечных – членов филателистического клуба – есть, а во-вторых, эти деньги они готовы платить (и охотно!) конкретно за марки. Таким образом, потребительский рынок оказался весьма солидным – помимо членов городского клуба филателистов, марки в те времена собирал едва ли не каждый подросток, проживающий в этом городе. Правда, марки, за которые люди готовы были платить деньги, должны были быть иностранные. Иными словами, **Алексей проанализировал ситуацию, в которой находился, и выявил неудовлетворенные потребности окружающих его сверстников** – иностранные марки.

Теперь у юного Алексея возник вопрос: откуда можно добыть иностранные марки, причем в достаточно больших количествах? То есть, говоря современным языком, Алексей **задумался о том, как насытить местный филателистический рынок.** Не надо забывать, что это были времена существования «железного занавеса», и выехать за рубеж и скупить марки не представлялось возможным. Это было невозможно еще и потому, что у **мальчика не было денег – читай: оборотных средств.** Возник вопрос: как с честью выйти из этого положения? И вот тут потребовалось поработать головой. Да, иностранные марки нельзя было заполучить в нужном объеме посредством покупки, но их можно было приобрести посредством обмена с зарубежными филателистами. Такую возможность даже во времена существования «железного занавеса» предоставлял филателистический клуб – там были адреса зарубежных филателистов едва ли не со всех концов планеты, готовых к обмену марок своей страны на марки закрытого государства – Советского Союза.

Осталось решить вопрос, откуда взять достаточное количество отечественных марок, не имея средств для их приобретения. Еще одно мозговое усилие, и ответ «на блюдечке». Во-первых, надо найти в своем городе организации, получавшие обильную почту. Они были найдены: два завода оборонного значения. Во-вторых, найти способ, как эту почту прибрать к своим рукам. Вернее, прибрать к рукам предстояло не саму корреспонденцию, а только конверты, в которых она приходила. Судьба конверта зависела от одного человека – секретаря-референта. Конверты секретари обычно выбрасывали. Значит, следовало договориться с секретарями, чтобы они этого не делали, а отдавали ее юному филателисту. «Выйти на этих людей не составило труда, – рассказывал Алексей, – с моими родителями дружило едва ли не полгорода. Я попросил отца и мать познакомить меня с теми, кто обрабатывал почту на двух оборонных предприятиях, мотивируя это своей детской увлеченностью филателией. Меня познакомили. Это были две женщины. Я легко нашел подход к каждой, регулярно преподнося наборы шоколадных конфет, и они мешками выносили мне через проходную пустые конверты с приклеенными на них марками. Марки я старательно отклеивал, сортировал и отправлял тому или иному зарубежному филателисту. И вот тут «железный занавес» играл уже положительную роль.

Для филателистов капиталистических стран марки из СССР были большой редкостью, и они, получив таковые, с радостью отправляли мне взамен целые блоки марок своих государств. Это были марки США, Австралии, Латинской Америки. Я старался переписываться с филателистами тех стран, чьи марки стоили у нас не дешевле рубля за штуку. В результате такого обмена мне бесплатно доставались марки всевозможных колоний и экзотических стран, марки, которые у нас в клубе оценивались уже по три – пять рублей. Я получал такие марки сотнями, а то и тысячами.

С распространением «дефицитного товара» у меня проблем тоже не было в силу начальственного положения, которое я занимал в городском филателистическом клубе. Одним словом, всего за год существования созданной мною коммерции я стал, по меркам своего города, богатейшим человеком. Для сравнения скажу, что когда мой отец собрался покупать машину, кажется «Волгу», деньги, которые ему предстояло за нее заплатить, мне, еще почти ребенку, показались просто смешными – я через свои руки пропускал куда более значительные суммы. Другое дело, что именно «пропускал», потому что хранить подобные деньги, а тем более афишировать у себя их наличие я не мог. Случись родителям обнаружить у меня такие суммы, меня бы заподозрили в воровстве и еще Бог знает в чем. Так что весь свой огромный капитал я перевел тоже в почтовые марки, правда, очень дорогие. О стоимости моей коллекции родители даже не могли догадываться, поэтому преспокойно относились к факту ее пополнения.

К сожалению, я не сумел впоследствии достойно распорядиться сколоченным капиталом. Повзрослев, я превратил свои марки в деньги, чтобы вложить их в бизнес, в котором, как мне казалось, преуспели многие: я вложил средства в покупку недвижимости с целью ее дальнейшей перепродажи или сдачи в аренду. Совершенно не имея навыков работы в этой области, я быстро потерял все, что когда-то нажил».

Наверное, любой читатель смог бы припомнить свое первое коммерческое начинание, относящееся к тому периоду, когда он не столько замышлял глобальный бизнес-дело всей жизни, сколько искал путь немного подзаработать.

**ЭТО СКРОМНОЕ, НО ВПОЛНЕ КОНКРЕТНОЕ ЖЕЛАНИЕ ЗАСТАВЛЯЛО ИСКАТЬ РЕАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ СОЗДАНИЯ ДЕНЕГ В ТЕХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ, В КОТОРЫЕ ЕГО ПОСТАВИЛА ЖИЗНЬ В НАСТОЯЩИЙ МОМЕНТ. АНАЛИЗ СИТУАЦИИ, ПРОНИКНОВЕНИЕ В НУЖДЫ ЛЮДЕЙ, РАБОТА УМА – И ПУТЬ К ДЕНЬГАМ НАЙДЕН.**

Да, ты не Рокфеллер, не Сорос, не Билл Гейте, но большую часть своих материальных потребностей удовлетворить можешь. Именно тогда и зарождались в мозгу оригинальные виды коммерческой деятельности.

В практике создания самобытных видов коммерческой деятельности показательным являлся период конца 80-х – начала 90-х годов прошлого столетия. Подражать тогда было некому, следовать чьему-то успешному пути тоже было невозможно. Успешными предпринимателями в ту пору были «теневики», которые помалкивали о технологии возникновения своих капиталов. Книг о том, как делать деньги, на русский язык еще переведено не было, оставалось рассчитывать на анализ ситуации и собственную смекалку.

В начале 90-х годов в такую ситуацию попал и я. Воскрешу в памяти, как мне приходилось размышлять и поступать в тот период.

1992 – 1993 годы буквально вызвали панику в сердцах россиян. Люди поняли, что государство бросило их на произвол судьбы. Такое в жизни существовавшего поколения имело место впервые. Каждый гражданин России смекнул, что теперь он должен выживать самостоятельно. Нет, людям было что есть, было во что одеться-обуться, но всеобщее ожидание тех дней, когда такой возможности не будет, заставило их по-другому взглянуть на то, куда вложить пусть мизерные, пусть едва ли не последние свои средства. Царившая растерянность диктовала: учись выживать.

Это была новая психологическая ситуация, и благодаря ей стали возникать новые виды экономической деятельности.

Именно в 92-м году ко мне обратилась молодая женщина – «собачница». Она держала дома двух крупных псов и собиралась заводить третьего. Сейчас я не вспомню, что послужило поводом для нашей встречи, но только в процессе беседы выяснилось, что свитер, который был на посетительнице, связан из шерсти одной из ее собак. Хозяйка животных сначала чесала своих псов специальной щеткой, а затем начесанную шерсть превращала в нить при помощи простой деревянной прялки. «Так что, если в скором будущем не на что будет купить теплые вещи, то я за счет своих собачек эту проблему решу», – хвасталась посетительница. И тут, скорее ради шутки, я предложил: «А может, нам открыть такие курсы, как себя одеть за счет шерсти домашнего питомца?»

Возможно, дальше прожектов дело бы не пошло, но в те годы существовала такая газета «Хобби». Не помню, в связи с чем я оказался в ее редакции, и там, видимо, чтобы повеселить сотрудников, обмолвился об идее организации подобных курсов. Идея была встречена «на ура» – меня попросили немедленно написать статью о женщине, которая в трудные для страны времена научилась одевать себя за счет шерсти своих собак, и о курсах прядения, которые она готова проводить для всех желающих. Поскольку за статью полагался гонорар, то я решил не отказываться от денег, которые сами шли в руки.

Статью я написал, ее тут же опубликовали, конечно, без рекламных координат, поскольку ни я, ни моя знакомая «собачница» всерьез о проведении курсов прядения не задумывались. Но после выхода номера на редакцию обрушился шквал звонков с требованием именно контактного телефона организатора курсов прядения из шерсти собственного пса. Звонившие просто не давали сотрудникам газеты нормально работать, их надо было куда-то «отфутболить», то есть переадресовать на другой телефон. В редакции стали давать звонившим мой номер. Очень быстро собралось такое количество желающих, которого было достаточно для того, чтобы организовать рентабельное коммерческое мероприятие – «Курсы прядения из шерсти домашних животных». Я посчитал, что материальные вложения будут минимальными: аренда помещения и производство веретен (их легко изготавливали на любом фрезерном станке), а значит, прибыль должна быть высокой. Решил рискнуть. Риск себя оправдал. Заработанное я и «лектор» поделили пополам.

После этого статьи о столь необычном способе выжить я стал размещать и в других изданиях. На курсы записывались все новые и новые желающие. На занятия приходили со своими собаками и даже с котами. Бизнес обещал шириться и крепнуть. Возможно, так бы и было, если бы моего партнера не обуяла жадность. Это сейчас едва ли не каждый ребенок знает, что главное в бизнесе – это не работать самому, а собрать людей, которые готовы платить деньги за чью-то работу. Тогда же, на заре рыночных отношений, в сознании большинства главным в бизнесе считался тот, кто «потеет». «За что вы, Сергей Николаевич, получаете столько же денег, сколько и я? – подняла вопрос „собачница“. – Я читаю лекцию, веду практические занятия, а вы только представляете меня аудитории, то есть шаркаете ножкой, и все. Нет, вы должны получать...» И дальше она назвала какую-то смехотворную сумму. Женщина не понимала, что я организую поток людей, я обеспечиваю помещение и веретена, фирма, через которую осуществляется работа, тоже принадлежит мне. Я мог, конечно, заменить лектора и продолжить деятельность «школы прядения из шерсти домашних животных», но увлекся новым проектом, а этот проект закрыл. Он остался хрестоматийным примером создания оригинального бизнеса, основанного на использовании сиюминутных людских настроений.

Итак, КОГДА ЖИЗНЬ ЗАСТАВЛЯЕТ НАС, РОССИЯН, ИЛИ НАШИХ СООТЕЧЕСТВЕННИКОВ, ОКАЗАВШИХСЯ ЗА РУБЕЖОМ, ДУМАТЬ О ТОМ, КАК В КОНКРЕТНЫЙ МОМЕНТ ЗАРАБОТАТЬ НЕОБХОДИМЫЕ НАМ ДЕНЬГИ, МЫ БЕЗОШИБОЧНО НАХОДИМ СПОСОБ ЭТО СДЕЛАТЬ. КАК ПРАВИЛО, ЭТОТ СПОСОБ ОРИГИНАЛЕН И КОММЕРЧЕСКИ ТОЧЕН.

Но почему тогда с годами многие из нас «сбились с прицела» – перестали отчетливо видеть механизмы притока денег в конкретной ситуации и в конкретное время? Давайте остановимся на этом подробнее.

## Глава 2. О вреде подражания

Одна из причин неудач наших соотечественников на ниве бизнеса – обилие мифов, которые затуманивают их головы и покрывают пеленой глаза. Книжные прилавки, телевизионные экраны буквально пестрят повествованиями о людях, которые сколотили фантастические капиталы либо на свободном Западе, либо в России в те стародавние времена, когда она тоже была свободной. Люди стремятся стать вторыми Соросами, Биллами Гейтсами или на худой конец Рябушинскими, вместо того чтобы искать свой реальный путь в бизнесе в конкретных условиях укрепления рыночных взаимоотношений у себя на родине. О том, почему это подражание не приносит успеха, я расскажу на следующем примере.

В школьные годы у меня был приятель. Его звали Игорь. Игорь писал стихи. Стихи его были преимущественно о русской природе. Надо сказать, что для школьника стихи были прекрасные. Так бы он и жил в любви и согласии со своей музой, если бы однажды кто-то, будучи восхищен его творениями, не воскликнул: «Ты, Игорь, – второй Есенин». И вот тут паренька «переклинило». Нет, позитивный момент в таком сравнении, конечно, был. Игорь сделал все для того, чтобы стать профессиональным поэтом. А это было не просто. Для коренного москвича, да еще из семьи служащих (а мой приятель являлся таковым) поступить в Литературный институт сразу после школы в те времена было практически невозможно. На студенческую скамью литературного вуза попадали молодые люди исключительно «от станка» и «от сохи», к тому же уже имевшие публикации. Чтобы соответствовать этим меркам, Игорь перевелся в вечернюю школу рабочей молодежи, пошел работать, опубликовался в журнале «Огонек». В итоге цель была достигнута – в Литературный институт он поступил.

Казалось бы, ну и пиши себе стихи под руководством литературных мэтров, совершенствуй стиль, публикуйся, но Игорь твердо сказал себе: я – второй Есенин. А Есенин, как известно, это не только стихи, это еще скандальная биография. По натуре Игорь не был скандалистом, как не был он и пьяницей, а уж тем более покорителем женских сердец, причем всех без разбора. Но именно копированию внешней стороны жизни великого поэта мой приятель стал уделять львиную долю своих сил и времени.

К моменту окончания института он уже был несколько раз женат и сильно злоупотреблял алкоголем. Тогда мы уже почти перестали видеться. Я знал, что Игорь работает на должности заведующего отделом поэзии одного крупного московского издательства, знал про его многочисленные романы и пьяные выходки. Попадались мне его стихи, размещенные в сборниках выпускников Литинститута. Скажу честно: трудные, вымученные строки. К моему удивлению, мой приятель не только не приблизился в них к есенинским вершинам, но и не достиг уровня своих школьных произведений. Одним словом, когда молодой поэт еще не поставил перед собой цель стать вторым Есениным, он писал значительно лучше.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.