

**Развитие бизнес - мышления
или
Сетевой маркетинг глазами
математики.**

Вступление от автора

Добрый день, мои дорогие коллеги, дистрибьюторы корпорации «Тяньши». В первую очередь эта книжка адресована вам - по той простой причине, что я уже много лет сам дистрибьютор «Тяньши», и, конечно, намного лучше знаю бизнес-план Тяньши по сравнению с бизнес-планами других сетевых компаний.

Строго говоря, «Тяньши» - компания прямых продаж, а не сетевая компания. Не все это знают - но разница есть, причем весьма существенная. Но для подавляющего большинства наших сограждан (в т.ч. и дистрибьюторов) это, в общем-то, одно и то же. Поэтому - да простят меня лидеры «Тяньши» - я буду пользоваться привычной большинству терминологией. Тем более что математика от этого не меняется.

Это не значит, что сотрудники других компаний не найдут ничего интересного и полезного для себя. Отнюдь нет: все, о чем мы сегодня будем говорить, в полной мере относится к любой компании - как сетевой, так и прямых продаж - независимо оттого, к какой из основных категорий относится ее компенсационный план.

Если более точно: мы будем говорить о сетевом маркетинге вообще. Вне зависимости от того, где, в какой стране (или регионе), с какой продукцией, на основе какого типа бизнес-плана (или, как иногда говорят - маркетинг-плана, компенсационного плана) мы работаем. Все это частности, мы же будем говорить о закономерностях. О главном.

В общем-то, я не собирался писать эту книжку. Я вообще редко и мало пишу. Все то, что было издано в виде книг и брошюр - это тексты моих лекций. Кое-что было издано вообще без моего ведома. Те немногие мои книжки, которые стали все-таки известны, посвящены главным образом проблемам здоровья и той продукции, которая помогает эти проблемы решить.

То, о чем мы сегодня с вами будем говорить - это тоже одна из моих лекций, но отнюдь не о продукции, а о бизнесе. О сетевом бизнесе. О бизнесе прямых продаж. О том, чем мы с вами занимаемся многие годы - если вы уже не первый год в этом бизнесе - или (если вы только пришли, только начинаете создавать свою структуру) - о том, что для вас сейчас жизненно важно, потому что «...денег нет, а кушать хочется всегда». О самой сути сетевого бизнеса, о его основе. О сетевом маркетинге, как он есть: почему это действительно бизнес 21-го века, бизнес для всех, почему его действительно можно превратить (и, кстати, часто превращают) в то, что у нас называют ласковым словечком «лохотрон» - ну и обо всем остальном, что с ним связано. В общем, как у О. Генри: «О королях и капуте». Понемногу обо всем. Конкретно. В цифрах и фактах.

Почему я все-таки взялся за подготовку текста этой книжки? Две причины. Первая (и, в общем-то, знакомая всем) - это сложившиеся в нашем обществе две диаметрально противоположные точки зрения на сетевой маркетинг вообще и, естественно, на деятельность «Тяньши» и ее дистрибьюторов в частности:

- это система обмана всех участников, «лохотрон» - полный и абсолютный;
- это система быстрого обогащения всех участников - обогащения без особых усилий.

Обратите внимание, что на самом деле обе эти, казалось бы взаимоисключающие позиции при всей своей внешней противоположности отнюдь не противоречат друг другу. Причем первое прямо вытекает из второго...

По одной простой причине: тот, кто готов кого-либо обмануть, получить незаслуженные, незаработанные деньги - должен быть готов к тому, что кто-то обманет его и завладеет его деньгами. А кто же в этом взаимном обмане преуспеет? Ну, тут уж как получится... Просто нужно всегда помнить: даром ничто не дается, незаработанных денег не бывает. Хочешь получить «халяву» - помни, что бесплатный сыр бывает только в мышеловке! И, кстати, только для второй мыши...

Слышу ехидный вопрос - а как же финансовые пирамиды? Ведь их создатели крутили немереными деньгами, буквально в одночасье сколачивали миллиардные капиталы? Да, точно: было, есть и будет такое. Как говорил незабвенный Остап Бендер: «Если в стране ходят денежные знаки, значит, есть люди, у которых их очень много.» Абсолютно точно! Были, есть - и будут! Вот только один вопрос: а на сколько они будут? В смысле: как долго может просуществовать финансовая пирамида? И хватит ли потом ее создателю оставшихся денег, чтобы всю оставшуюся жизнь бегать от разгневанных обманутых вкладчиков? Ребята, можете мне верить, можете проверить, но обычно - не хватает!

Все - абсолютно все! - финансовые пирамиды рушились отнюдь не из-за действий правоохранительных органов. Как у нас, так и за рубежом. Потому как до юридически грамотно выстроенной финансовой пирамиды дотянуться «шершавой рукой закона» крайне сложно. Всеобщее заблуждение, что финансовые пирамиды запрещены - именно заблуждение, не более того. Вы же не можете запретить банки и банковскую деятельность, основу современной экономики? А ведь деятельность любого (любого!) банка построена по тому же принципу

финансовой пирамиды. Такая вот проза жизни... Просто регулирование деятельности банковских организаций совсем другое, гораздо более жесткое. И потому правоохранительные органы всех - всех без исключения! - стран могут предъявить какие-либо претензии к создателям и держателям этих пирамид только тогда, когда эти самые «создатели и держатели» нарушают свои обязательства перед гражданами - вкладчиками (или пайщиками) - т.е. тогда, когда пирамида уже сама начинает рушиться под гнетом собственных финансовых обязательств. Иначе - ну никак не возможно! Не нарушая закон. Ну, а если и нарушая - то только на основании каких-то второстепенных фактов. Например, арестовать основателя одной из крупнейших в истории России пирамид (за которым, кстати, уже числится «должок» в несколько миллиардов!) за неуплату долга в 1 тысячу рублей. Подчеркиваю: ОДНУ ТЫСЯЧУ РУБЛЕЙ! Больше никаких оснований для привлечения его к ответственности найти не смогли...

Смешно? Да нет - таковы реалии нашей жизни. Нашей - не в смысле российской. Мировой. Это - оборотная сторона медали нашей системы экономики, построенной на основе модели товарного производства. Но, так или иначе - все (ВСЕ!) финансовые пирамиды рано или поздно рушатся. Все.

Очень показательна в этом смысле история Бернарда Мэйдоффа, отца- учредителя одной из крупнейших и авторитетнейших бирж - NASDAQ. И - одновременно - создателя самой крупной и самой «долгоиграющей» в истории человечества финансовой пирамиды под названием «Bernard L. Madoff Investment Securities LLC». Ну, а в настоящее время - постояльца тюрьмы Butner в штате Северная Каролина на ближайшие полторы сотни лет. Пару лет, правда, он уже отсидел, осталось еще немного... Это - долгожитель в истории финансовых пирамид: все-таки более 20 лет успешной деятельности. Все остальные рушились в среднем за 2-4 года.

Можно на основе модели сетевого бизнеса состряпать финансовую пирамиду? Конечно! А почему нет? Делали, делают - и будут делать. Потому как всегда найдутся люди, которые от широкой финансовой реки попытаются отвести мутный ручеек себе в карман. Такие были, есть, и будут. Всегда!

Но вот при чем тут сетевой маркетинг сам по себе? Это ведь всего-навсего инструмент. Инструмент бизнеса - и ничего более. Вроде как топор: одним и тем же топором можно и дома стоять, и головы рубить. Виноват в этом топор? В том, что его используют не по назначению? Смешной вопрос, да? А виноват ли сетевой бизнес, что его используют не по назначению? Ответ понятен?

Правило первое (о котором очень часто забывают): **сетевой бизнес - это не система быстрого обогащения. Это система создания стабильного, долговременного постоянного дохода.** Не быстрого, но стабильного. Причем - дохода законного, обратите на это внимание. Надежная система, но требующая вашего постоянного участия. Если вы хотите получить все сразу и еще вчера, причем без особых усилий - товарищ, вы не по адресу! Вам в другую дверь...

Вот это - первая причина, почему появилась на свет эта книжка: полное непонимание в нашем обществе, что есть такое сетевой маркетинг. Конечно, это можно было бы пережить - по той простой причине, что до тех, кто о сетевом бизнесе на самом деле ничего не знает, эта брошюрка, скорее всего, не дойдет. Ну не будут они ее читать, и все! Потому как: не знаю - и знать не хочу!

Ну, это и сетевой маркетинг в целом, и я (тем более!) пережили бы спокойно. Хуже (гораздо хуже!) другое: лидерская мотивация. И вот это вторая - но основная - причина появления этой книжки.

Не очень понятно? Попробую объяснить. Несколько лет назад от одного из наших лидеров я услышал: «В «Тяньши» приходят либо те, кто все потерял, либо те, кто никогда ничего не имел». Сказано это было со сцены на одном из наших больших мероприятий.

Тогда я просто ухмыльнулся: да, я, конечно, много потерял, когда уходил в начале 2000-х годов из обычного (или, как его иногда называют - «линейного») бизнеса. Это неизбежно: те, кто был в серьезном бизнесе, знают, что это что-то вроде поездки верхом на бешеном тигре: остановиться нельзя. Либо вы едете на нем и его постоянно погоняете, либо он что-то у вас откусит. При любой остановке. Сколько откусит? Ну, тут уж как повезет, и насколько вы разумно распорядитесь... У меня откусили немало - но на жизнь, в общем-то, хватало.

В любом случае: у меня на тот момент было гораздо больше, чем у того лидера. Невольно я вспомнил ситуацию примерно 25-летней давности, когда вдруг понял, что мне не хватает экономического образования. И решил его получить. Обычным образом. Как студент. Кстати - с уже имеющимися двумя высшими. И с ученой степенью... Ну, как говорится, «и на старуху бывает проруха!» - в том смысле, что от глупости никто не застрахован. Это я про себя, любимого...

Примерно с неделю я взирал на преподавателей на кафедре, как на божества экономики. На вторую неделю до меня стало доходить, что, если я воспользуюсь их рекомендациями, то, скорее всего, моя группа компаний начнет, мягко

говоря, испытывать некоторые финансовые трудности... Причем очень быстро. Где-то с третьей недели я понял, что, несмотря на весь мой пиетет перед академическим познаниями и наукой в целом (а и я, и моя жена, Марина Анатольевна - ученые в полном смысле этого слова, и никогда из науки не уходили) - «суха теория, мой друг, а древо жизни зеленеет!». Мефистофель был абсолютно прав: практика и теории (особенно экономические) - вещи существенно разные. При всем моем уважении к профессору, который учил меня, как зарабатывать деньги, я мог в то время содержать всю его кафедру, даже не замечая этих затрат...

Вот примерно то же самое я почувствовал, когда в первый раз услышал: «К нам приходят либо те, кто никогда ничего не имел, либо те, кто все потерял». Тогда меня это просто позабавило: я-то ведь и имел, и далеко не все потерял. И многие мои коллеги, которые пришли в «Тяньши» - пришли отнюдь не потому, что все потеряли, или никогда ничего не имели. Подумалось: «Ну, бывает! Артист! Человек далек от бизнеса, не совсем понимает, что говорит. Хотел выдать броскую, красивую фразу. Интересно, он хоть понял, что походя превратил всех дистрибьюторов «Тяньши» - всех, сколько они есть! - в сборище неудачников, в какой-то человеческий отстойник?».

К сожалению, ничего забавного в этом не было. Знаете, есть такие слова-паразиты? Смысла в них нет, надобности в их использовании тоже, но вот прилипнет - не отвяжешься! И лепит человек-бедолага это словечко к месту (а чаще - не к месту) через каждое слово. Вот и фразочки такие бывают - влезет в головы, не выбьешь! Вроде рекламного слогана: смысл никто не понимает, но все используют.

Эта оказалась именно такой. Прилипчивой. И часто повторяемой. Бездумно, без особой необходимости - но часто.

Подумайте: как может реагировать нормальный человек, у которого в жизни, в общем-то, все сложилось неплохо, и который хочет изменить свою жизнь не потому, что ему плохо, а потому, что он хочет большего? И самое главное, уверен, что может достичь этого самого большего? И, придя в первый раз на какое-либо наше большое мероприятие - бизнес-семинар, конференцию и т.п. - в первый раз слушает наших лидеров.

И слышит, например, как встречаемый бурными аплодисментами известный и уважаемый всеми лидер вдруг стонущим голосом начинает рассказывать со сцены о том, как у нее все было плохо, а в «Тяньши» все вдруг стало хорошо? Или когда не менее известный и уважаемый лидер, почесывая короткую холеную бородку, трагическим баритоном с надрывом вещает, какой он был бедненький и несчастненький, а в «Тяньши» его «подогрели-обобрали», и теперь он богатенький и счастлинький?

И при этом оба - и это видно сразу! - яркие, сильные люди, ЛИЧНОСТИ!

Как вы думаете, что он скажет? Скорее всего: «Не верю!». НЕ ВЕРЮ!!!

И не верит он вовсе не потому, что уже не раз слышал подобные истории. Хотя, должен сказать, несколько раз доводилось слышать довольно ехидные замечания, что аналогичные истории (по крайней мере, в их первой части) можно ежедневно слушать в вагонах московского метро, что-то вроде: «Сами мы не здешние, ни кола, ни двора,... подайте на бензинчик для «Мерина»...». Не могу с этим не согласиться - когда слушаешь эти истории во всех их вариациях много лет подряд, это несколько утомляет.

Не верит он потому, что знает: умный и деятельный человек всегда найдет себе место в любом деле, в любой сфере деятельности. ВСЕГДА! Это - аксиома. Он в этом уверен - потому как иначе он не был бы ни умным, ни деятельным, ни успешным. А он - состоялся. Уже! И он совершенно определенно знает, что если у кого-то что-то не получается - то либо тот вообще не хочет ничего делать, либо делает не то - т.е. не хочет думать, что делать. Короче - просто плывет по течению, «куда кривая вывезет». Жизнь ведь штука полосатая - бывают и черные, и светлые полосы. У всех! И если попал в черную - нужно не ждать, когда она закончится сама по себе, а просто сменить направление, идти не вдоль, а поперек полосы. Всего-навсего. Он - состоявшийся в жизни человек - это знает, потому что сам и падал, и поднимался не раз.

И пришел он в «Тяньши» (ну, или хотел прийти - до того, как это услышал) вовсе не потому, что у него ничего нет (или вообще не было), а потому, что хочет большего, потому что достиг потолка в том деле, которым занимался до этого, и знает, что может достичь гораздо большего.

Как вы думаете, как он отреагирует на заявление со сцены, что вокруг него собрались одни неудачники? Которые уже все потеряли - или никогда вообще ничего не добились? Да еще, ежели после этого, в тот же день, от одного из тех же лидеров услышит вполне разумный и правильный совет: общаться только с успешными людьми? Ситуация понятна? Увидите вы его после этого события? Ну-ну! Сильно сомневаюсь!

Не берусь утверждать, что это именно так, но, по-видимому, в какой-то момент стало привычным слегка

поплакаться со сцены на судьбу-злодейку, как все было плохо «в той, прошлой, поганой жизнюке». Просто для того, чтобы ярче оттенить как свои успехи, так и несомненные достоинства компании, с которой сотрудничают. Хотя, казалось бы: ну начал бы он не с разбитого корыта, а вполне благополучным - что, это снизило бы значимость его достижений? Да ни в коей мере! Успех - всегда успех! Стартовая позиция значения не имеет. Но незаметно этот «плач Ярославны» вошел в привычку...

Настолько незаметно, что мы уже даже не понимаем, что подобными утверждениями вносим невероятный негатив в умы людей, совершенно не знакомых с бизнесом 21-го века - сетевым маркетингом, сильно принижаем его значимость как для экономики страны в целом, так и для конкретных людей, живущих и работающих в условиях этой самой экономики.

Вот это все и стало основной причиной оформления текста этой моей лекции, как книжки. **Мы пришли в «Тяньши» не потому, что больше ни на что не пригодны. Мы пришли в «Тяньши» потому, что сетевой бизнес - а из всех существующих компаний сетевого бизнеса «Тяньши» в особенности - дает такие возможности для развития, которые не может предоставить ни одна другая экономическая система.**

И это легко доказывается. Не глоткой, не восторженным ревом и аплодисментами, не коллективными танцами на сцене «в два притопа, три прихлопа», чем часто злоупотребляют на наших больших мероприятиях. Нет: сухими, совершенно неэмоциональными цифрами и фактами. Эмоции - очень важно, особенно для многих наших сограждан, зажатых и запуганных, многократно обманутых, и не верящих сейчас ни богу, ни черту, ни человеку. Но бизнес - любой бизнес - это, прежде всего, цифры. Цифры говорят сами за себя. Сухие цифры вашего банковского счета звучат гораздо убедительнее, рождают гораздо больше эмоций, чем любая самая зажигательная речь.

А потому - знакомьтесь: Его Величество Сетевой Бизнес глазами математики.

*Я – заблудившийся в лесу Предвечных Числ,
Со лбом, в бореньях роковых
Разбитым о недвижность их!
Я – заблудившийся в лесу Предвечных Числ!*

Как взоры пристальны их роковых проблем!
Первичные, они – пред нами суть затем,
Чтоб в вечности пребывать такими ж!
От их всевластных рук вселенной не отымешь,
Они лежат на дне и в сущности вещей,
Нетленно проходя сквозь мириады дней.

Я. заблудившийся в лесу Предвечных Числ!

*Открою я глаза: – их чудеса кругом!
Закрою я глаза: – они во мне самом!
За кругом круг, в бесчисленных сочетаньях,
Они скользят в воспоминаньях.*

ЭМИЛЬ ВЕРХАРН

День добрый, леди и джентльмены! Сегодня у нас немного необычное занятие: придется вспомнить математику - ну хотя бы в пределах средней школы - и немного посчитать. Сегодня мы будем говорить об основах нашего бизнеса. О самой его сути, на чем основан, почему в современных условиях это наиболее перспективный (а иногда, возможно, и единственный) вид деятельности для большинства наших сограждан. В общем, о том, почему сетевой бизнес - действительно бизнес 21-го века.

Слышали ведь такое утверждение, не правда ли? И не один раз. И это, бесспорно, справедливо. А вот почему? Почему это - бизнес 21 -го века? Ваше мнение? Бизнес с человеческим лицом? Да-а? А кто сказал, что у 21-го века - человеческое лицо? Можно как-то в более исчисляемых показателях, меньше эмоций - больше фактов и цифр?

Нельзя? Почему?! Наш бизнес - бизнес эмоций? Согласен - но с одной оговоркой: эмоции - важнейший инструмент нашего бизнеса. Инструмент! Но не его основа. Кстати, вспомните, что сетевой маркетинг - далеко не единственный вид деятельности, основным инструментом которого являются эмоции: достаточно вспомнить, например, искусство во всех его формах и направлениях.

Но основа любого бизнеса - любого! - строгий и точный расчет. Прежде всего. И сетевой бизнес в этом смысле не исключение - он целиком и полностью построен на абсолютно точном и строгом расчете. Пожалуй, даже больше, чем любой другой бизнес.

Вот об этом мы сегодня и будем говорить. Вот из этого обсуждения и станет ясно - с цифрами и фактами - почему это действительно бизнес 21-го века. Почему сетевая структура может стать очень надежным источником стабильного, долговременного постоянного дохода. А может и не стать... В общем, постараемся получить ответы на возможно большее число «Почему?», «Как?» и «Зачем?». В конкретных цифрах. Именно поэтому подзаголовок этой лекции: «Сетевой маркетинг глазами математики».

Но для начала хотелось бы вспомнить первое название: «Развитие бизнес - мышления». Как вы это понимаете? В смысле - что такое бизнес-мышление?

Что такое мышление - все понимают? Все знают, что у нас выше второго шейного позвонка находится полтора-два килограмма жироподобной массы? Утверждают, что с ее помощью можно думать, и некоторым это даже удается. Знаменитое декартово “Cogitoergosum” - мыслю, следовательно, существую - вспомнили?

А вот что такое бизнес? Кто как понимает это модное импортное словечко: “business”? Которое мы употребляем, как многие иностранные слова, к месту и не к месту, порой не совсем понимая их смысл? Какие мнения?

Предпринимательство? Ну, довольно близко - но не совсем. Для этого обычно используют другое слово: “enterprise”.

Работа? Ну-у... Подумайте: работа двигателя, работа сердца, работа клапана и т.п. - сможете заменить слово «работа» на «бизнес» в этих сочетаниях? Слово «работа» в русском языке имеет очень широкий спектр значений. Причем, связанных не только с одушевленными существами.

Дело? Да, довольно близко. Вот только какое? В смысле - занятие? В самую точку, коллега! Потому как происходит от слова "busy" - «занятый». Вот только один нюанс, весьма существенный: не просто занят (ну, например, в зубах ковыряю, затылок чешу и т.п.), а занят чем-то, что обеспечивает средства к существованию. Т.е. **бизнес - это любое занятие, приносящее доход**. Обратите внимание: любое! Этическая или правовая сторона вопроса вообще не рассматривается - поэтому, например, словосочетание «криминальный бизнес» вполне имеет право на существование.

Итак: бизнес - любое занятие, которое обеспечивает нам средства к существованию. Кстати, чтобы было понятно: в таком контексте работа по найму - тоже бизнес. Не самый выгодный, правда...

Итак, каким образом мы можем получить в свое распоряжение энную сумму денег, достаточную для обеспечения наших потребностей? И, желательно, не один раз, а много-много раз. Еще лучше - получить постоянный источник дохода. Как? Называйте способы - записываю.

Что первое приходит в голову? Одним из них (самым простым и быстрым, кстати) все пользовались хоть один раз. Каким? Ну конечно - занять! Хоть раз, хоть немного, но занимали все. У знакомых, друзей, ссуды на работе брали (кому давали). Ну а сейчас банковские кредиты для населения - просто моровая чума какая-то! Не хочешь - а навязывают. Из всех щелей рекламы лезут, с каждой стены. Простой способ? Конечно! И быстрый. Одно плохо: берешь-то чужие, а отдавать свои приходится... А отдавать-то в конце концов придется, потому как раз не отдашь, два - и давать больше не будут, да и неприятностей не оберешься... Особенно если у банка брал... Правда, если почитать классиков отечественной и зарубежной литературы, создается впечатление, что в 18-19-м столетиях целые слои населения, в основном дворянство, ухитрились постоянно жить в долг - и никогда не возвращать долгов. Бог его знает, как им это удавалось - но в наше время это вряд ли получится. В общем, такой способ нам не подойдет явно.

Что еще? Украсть? Ну, леди и джентльмены, давайте договоримся: заведомо криминальные варианты рассматривать не будем. Все-таки мы - законопослушные граждане, не так ли?

Заработать. Ага - это ближе к теме. Как? Работа по найму? Рассмотрим варианты, подсчитаем? В конце января 2012 года Росстат опубликовал официальные цифры средней заработной платы по России: в среднем в 2011 г. - 23532 рублей, а по состоянию на декабрь 2011 г. - 30856 рублей. Вообще, «средние цифры» - штука опасная. Еще Марк Твен сказал: «Есть просто ложь, есть наглая ложь, и есть статистика». И в этом смысле он был прав: средняя зарплата по стране - это что-то вроде средней температуры по больнице: один в морге остывает, а второй в жару бьется. А в среднем - температура нормальная, 36,6. Точные данные сейчас не приведу, но как-то попадались на глаза статистические данные по доходам граждан различных категорий, из которых, например, следовало, что выплаты и бонусы десятка членов правления среднего московского банка превышают суммарные выплаты всем остальным сотням (а то и тысячам) сотрудников всех отделений и филиалов банка.

По состоянию «на сегодня» только в России существует такой невероятный разрыв в доходах между самыми высокооплачиваемыми и самыми низкооплачиваемыми работниками сферы наемного труда. Например, по данным доклада Global Wealth Report, подготовленного Credit Suisse, по состоянию на середину 2012 года официальные доходы всего 100 российских миллиардеров составляют более 1/3 всех доходов российских граждан! Подчеркиваю: ОФИЦИАЛЬНЫЕ. Всех доходов всех граждан... Чтобы было понятнее: в мировом масштабе доходы всех миллиардеров - всех миллиардеров всего мира - занимают всего лишь 2% от общего благосостояния. Подзаголовок этого сообщения был такой: «Россия лидирует в мире по неравенству доходов». Ситуация с т.н. «средней зарплатой» в России понятна?

Самое интересное, что комментарии к информации Росстата о средней зарплате были примерно такие: «ЭТО ГДЕ ТАКУЮ ПЛАТЯТ???!!!». Клянусь - не изменил в этом комментарии ни одной буквы и ни одного знака препинания. Потому что стоит отъехать на пару сотен километров от Москвы, например, - и там совсем другие представления о среднем уровне... Значительно скромнее. Но Росстат считает: средняя ПО СТРАНЕ в декабре 2011 г. была 30856 рублей. Т.е. примерно 1000 долларов США. Поверим официальному органу? Поверим...

Другой вопрос: много это или мало? Какие мнения? Пример из личной жизни можно? Лет восемь назад наш старший сын окончил ВУЗ, аспирантуру и поступил на работу. Ему повезло: ему сразу назначили необычно много по тем временам для сотрудника без опыта работы: ровно тысячу долларов. Впрочем, что значит повезло: диплом престижного вуза, свободный английский (он год учился в Великобритании), неплохой разговорный французский (а приняли его на работу в одну известнейшую французскую косметическую фирму) - короче, все соответствовало.

Он был счастлив и считал, что денег у него теперь немеряно. Мы с Мариной тихонько посмеивались и ждали - но растраивать его не стали. Где-то уже через 3-4 месяца наш сынуля понял, что денег у него нет... Просто нет

совсем... Кое-как хватает только на личные текущие расходы - потому как работа в солидной фирме требует и соответствующего имиджа. А это все недешево стоит. А уж о накоплениях можно и не мечтать!

Но все-таки подсчитаем, что такое тысяча долларов в месяц, которую, по утверждению Росстата, получает средний гражданин России, работающий по найму? Расходы «на жизнь» считать не будем - для упрощения. Сравним, например, с тем, что было во времена почившего в бозе СССР? Никто, кстати, не считает, что на среднюю зарплату того времени можно было жить припеваючи? Нет таких экстремалов?

Итак: например, городской транспорт. На среднюю зарплату того времени можно было совершить примерно 2500 поездок. На сегодняшнюю - вдвое меньше.

Междугородний транспорт. Так получилось, что моя Марина свет-Анатольевна, когда мы с ней познакомились, жила в Новосибирске (точнее, в Академгородке - работала там в одном из институтов). И около года мы с ней по очереди регулярно летали друг к другу «на побывку». Я, по-моему, тогда только на билеты и телефонные разговоры и работал. Так вот, на среднюю зарплату того времени в Новосибирск можно было слетать 3-4 раза (у меня тогда было заметно выше средней, так что на билеты хватало). А на сегодняшнюю - только один. Да и то: может и не хватить. На обратный билет...

Сколько стоит сегодня автомобиль бюджетного класса? Нормальный - нынешние изделия Автоваза рассматривать не будем? 20-25 тысяч долларов. Т.е. работать на него при такой зарплате (и не есть, не пить при этом) нужно примерно 2 года. Примерно столько же нужно было работать на автомобиль аналогичного класса и в то время (ну, естественно, с учетом прошедших с тех пор десятилетий технического прогресса).

Ну и, наконец - самый больной вопрос, который, по утверждению Булгакова, испортил москвичей: жилищный. Сколько стоит сейчас небольшая квартирка? Совсем маленькая, двухкомнатная, метров 45-50 общей площади? Элитное жилье (с ценами до 40 тысяч долларов за «квадрат») рассматривать не будем, естественно.

В Москве, в непрестижном районе - 5-6 тысяч долларов за метр общей площади. В старом панельном доме. Современные - монолит, кирпич - дороже. Итак: за год беспорочной службы - хватит на 2 квадратных метра. Да нет - пока квартиры, не могилки... Могилка, впрочем, тоже недешево обойдется...

Итог: к концу жизни маленькую квартирку все-таки можно будет прикупить. При условии, что четверть века вас кто-то будет полностью содержать. И потом, после этой знаменательной покупки, выделит еще примерно треть ее стоимости на ремонт и отделку. Нравится вам такая перспектива? Сомневаюсь... В общем, работа по найму для большинства наших сограждан вряд ли подойдет. Существовать - можно (и то, пока не выгонят лет через 25-30 на невероятно «жирную» российскую пенсию), а вот жить - вряд ли.

Что еще? Какие варианты? Свой бизнес? Согласен. А вот как вы собираетесь его начать, думали? Что для этого требуется? Первичный капитал? Точно! Сколько примерно, как считаете? Понятно, что в зависимости от вида деятельности - но все-таки, минимальную сумму можете назвать? Зависит от размера бизнеса?.. Согласен!

Ну что - покупаем заводик? Маленький, миллионов за сто? Да нет, не рублей, конечно, долларов! Что, нет? Ну - может, на маленькую нефтяную скважину наскребем? Совсем маленькую? Нет? Тоже не получается? Обидно. Придется тогда начать с малого бизнеса - тем более что со всех сторон только и слышно о его поддержке в России...

Итак, какой размер первоначальных вложений потребуется, чтобы начать малый бизнес? Любой - торговый, производственный, оказание услуг и т.п.? Какие мнения? Тысяч десять? Чего? Рублей?!! А вам хватит?.. Сто тысяч? Долларов?.. Ну - аппетиты у вас неплохие, одобряю...

Давайте не будем гадать: все-таки живем в эпоху Интернета и всеобщей информатизации: есть специализированные сайты по продаже бизнеса. Буквально на днях смотрел информацию на нескольких таких сайтах. Вот несколько примеров:

магазин «Все для строительства» - 490 000 руб.; салон-парикмахерская эконом класса - 380 000 руб.; ремонт одежды - 170 000 руб.; аптека - 1 950 000 руб.; автосервис (ремонтный бокс) - 500 000 руб.; салон красоты - 2 000 000 руб.; ломбард - 700 000 руб.; еще один автосервис, чуть покрупнее - 4 500 000 руб.; салон-парикмахерская - 450 000 руб.; продажа эко-сумок - 1 000 000 руб.; полиграфическая фирма - 1 500 000 руб.

Ну, думаю, десятка самых разных достаточно? Кстати, все предложения с пометкой «Срочно», т.е. без запроса, нынешние владельцы хотят просто вернуть вложенные деньги, хотя бы частично.

Уровень цен понятен? 10-15 тысяч рублей хватит разве что на регистрацию вашего бизнеса, не более того. Если не считать интернет-сайтов, реальный, даже очень маленький, бизнес (типа ремонтного бокса или махонькой мастерской с парой швейных машинок) - 200-500 тысяч, не меньше. Не бог весть какие деньжищи, конечно, но их нужно найти - ну, например, тот же банковский кредит. Дадут с огромным удовольствием - под 25-30% годовых. Под залог, например, вашей квартиры. Могут дать и без залога - но и процент будет раза в два повыше. Так что возвращать придется примерно в полтора раза больше, чем брали - эти деньги вам нужно будет еще заработать. Ко всему этому вам потребуются деньги на обеспечение работы вашего новоприобретенного предприятия, его «раскрутку» и т.д. Да и жить-то вам на что-то нужно? В общем, суммарно по самым скромным подсчетам, чтобы продержаться на плаву до момента, когда ваш бизнес начнет окупать себя, реально потребуется где-то полтора-два миллиона, не меньше. Рублей, к счастью, не долларов...

Наскребем? Ну, в принципе, возможно - хотя и не для всех. Но вот интересный вопрос: а сколько пройдет до того самого счастливого дня, когда ваш ма-а-ленький бизнес не только окупит ваши вложения, но и начнет приносить прибыль? Год? Два? Три? Не знаете? По-разному бывает? Да уж... Статистика утверждает: малый бизнес живет в среднем не более трех лет. Всего-навсего. За это время он или развивается и достигает уровня среднего бизнеса (т.е. примерно от 5 до 100 млн. долларов годового оборота), либо... разоряется. Таких, к сожалению, большинство... Кстати, это не только в России. Это - в мире. В России, вероятно, ситуация похуже будет - если верить данным Росстата о числе ежегодно регистрируемых предприятий малого бизнеса - и их численности на данный момент.

Ну, поскольку разоряться нам как бы не с руки (не для того ведь бизнес начинаем, не так ли?), следовательно, будем уверенно расти до уровня гораздо более устойчивого среднего бизнеса. Так? А вот теперь вопрос: возможно ли это? Сейчас, в 21-м веке от рождения Христова, в стране Россия? Вы считаете возможно? Пример успешного развития предприятия малого бизнеса до среднего или крупного можете привести? Только два условия - первое: 90-е годы прошлого столетия не берем, только 2000-е годы, причем желательно вторую половину (т.е. последние 5-6 лет). Второе: предприятия типа «Роснано» и им подобные не рассматриваем - только чисто частную инициативу. Понятно, что организации вроде «Интеко» тоже не в счет?..

Не знаете таких? Я тоже... Самое интересное, что всего лет 15-20 назад в России эти предприятия росли как грибы. Да, многие разорались - но очень и очень многие успешно развивались. Собственно, весь существующий сейчас в России крупный бизнес (и то, что сейчас еще осталось от среднего) вырос из тех времен. И далеко не все они были «олигархами по назначению». Что же произошло в стране Россия всего за полтора десятка лет?

Ответ довольно любопытен и совсем не очевиден - но имеет самое непосредственное отношение к нашей сегодняшней теме. Хотите узнать? Для этого придется совершить небольшой экскурс в историю. Причем, преимущественно, историю США, а вовсе не России.

Про теорию страт слышали? Те, кто еще в советских ВУЗах изучал политэкономия - помните, что общество по Марксу делится на два класса: капиталистов, у которых вся собственность, и пролетариев, у которых ничего нет? Ну, и между ними еще прослойка какая-то болтается - интеллигенция? Собственности у них вроде бы нет, но и вкалывать, как пролетарии, не хотят. Непонятная, в общем, публика. Вспомнили? А то, что в соответствии с западными теориями общество делится не на классы, а на страты (слои, т.е.), причем их не два, не три, а гораздо больше? И как нас учили нещадно критиковать эти вредные буржуазные теории? Вспомнили?

Самое интересное, что на своей родине, в США, теория страт тоже встретила весьма прохладный прием и была забыта на долгие годы - до начала реализации программы «Нового курса» администрацией Ф. Рузвельта по выводу экономики США из самой глубокой за всю историю экономической депрессии.

Теория страт самым непосредственным образом связана с работами американского антрополога Уильяма Ллойда Уорнера (и, в какой-то степени, русского философа Питирима Сорокина). Антрополога, а не социолога - потому что социологии, как науки, еще не существовало. Ллойд Уорнер, по существу, стал одним из ее создателей.

В самом конце 20-х годов прошлого столетия, незадолго до Великой депрессии, Уорнер по заданию правительства Соединенных Штатов начал социологические исследования в одном из типичных американских городков. По-видимому, уже тогда американское правительство было обеспокоено некоторыми тенденциями в экономике и обществе и пыталось разобраться в ситуации. Эти исследования и разработанная на их основе теория страт и легли позднее в основу только создававшейся тогда совершенно новой науки - социологии. Сделанные на основе этих исследований выводы были, однако, весьма прохладно восприняты как американским правительством, так и обществом, и подготовленный Уорнером доклад и рекомендации были забыты почти на 10 лет.

Почему? Дело в том, что у теории страт есть очень любопытное математическое приложение, которое

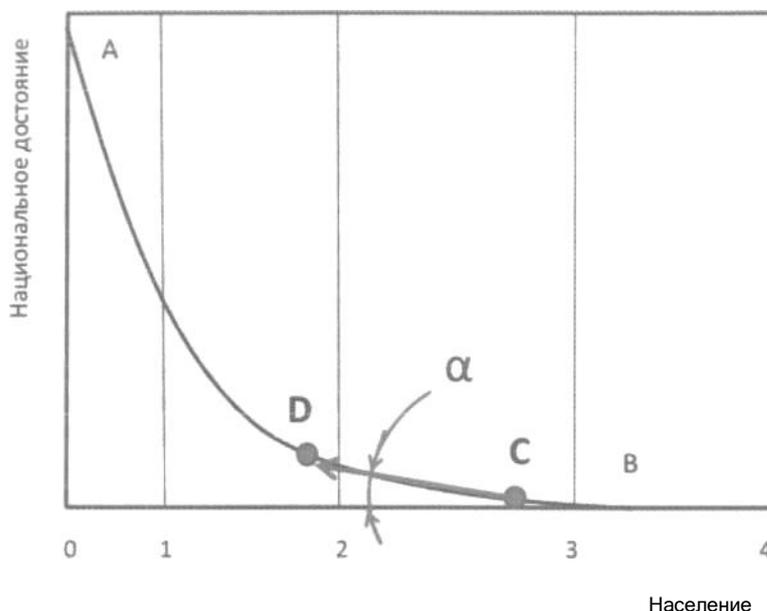
совершенно определенно, что называется, «одним махом», уничтожило Великую Американскую Мечту. Да-да - именно так: все с большой буквы.

Что такое Великая Американская Мечта в 20-30 годы прошлого столетия? Ну, проще всего ее описать примерно такой небольшой историей: «Маленький мальчик шел по улице и нашел старую сапожную щетку. Первые ботинки он чистил собственными слюнями. Полученные деньги он не проел - он купил сапожный крем. И так он напряженно работал, работал - и стал богатым и преуспевающим бизнесменом». Есть и другие варианты, например: «Маленький мальчик шел по улице, и кто-то подарил ему яблоко. Он его не съел, а выдавил из него сок, который продал и купил два яблока. Он тоже выдавил из них сок и тоже продал - и т.д. И так он напряженно работал и стал богат и знаменит».

Суть уловили? Все зависит только от вас самих. Тот, кто много и напряженно трудится, всегда добивается успеха, несмотря ни на что. Знакомо? Вот это и было господствующей идеологией американского общества того времени: стать "self- mademan", т.е., «человеком сделавшим себя», добившегося всего только собственными силами.

Теория страт превратила ее в ничто. Точнее, не сама теория - математическое приложение к ней. Оно, кстати, очень непопулярно до сих пор: теория страт давно реабилитирована и всеми признана, но, скорее всего, ни в одной книге вы не найдете даже упоминания об этом приложении (да и сам Уорнер в более поздних работах об этом тоже не упоминает: видимо, решил не дразнить гусей...).

Абсолютно доказательно, математически точно было показано, что развитие бизнеса - любого бизнеса! - определяется не только (и даже не столько!) личными качествами и активностью его владельца или владельцев, сколько сложившейся в стране структурой распределения национального достояния. Пока не очень понятно? Нарисуем небольшую картинку. Вспомним немного школьную геометрию и - чуть-чуть - тригонометрию?



Кривая A-B-это распределение национального достояния (т.е. всего, что имеется на территории страны, стоит, лежит, ездит, ползает и т.п., имеет цену и может быть продано и куплено) между стратами (слоями) населения. В точке «0» - самые богатые, миллиардеры. В точке 4 - нищие, у которых вообще ничего нет.

Соответственно, область 0-1 - крупный бизнес, с годовым оборотом сотни миллионов - сотни миллиардов, область 1-2 - средний бизнес, годовой оборот 1-100 млн. долларов, область 2-3 - малый бизнес, годовой оборот менее 1 млн. долларов. А область правее точки 3? А это - работники наемного труда. У них ничего нет. Не в смысле, что нет даже штанов - нет, у них может быть (и у многих есть) и очень неплохой домик, и 2-3 автомобиля на семью - ну в общем все, что нужно для очень даже неплохой жизни. Но все это имущество не создает дохода - наоборот, его содержание требует определенных затрат, например, на ремонт, обслуживание, уплату налогов и т.п. Т.е. у них нет того, что называются «средства производства», того, с помощью чего и создается национальный доход страны.

Ну а проекция любой точки на кривой A-B на ось ординат (вертикальную ось - для тех, кто уже забыл) - это,

соответственно, доля данной группы населения в общем «национальном пироге». Это понятно?

И вот теперь представим, что вы - владелец небольшого бизнеса. И очень хотите (очень-очень!) стать богатым и толстым. На графике это будет выглядеть, как переход из точки С в точку D.

Немного напрягитесь: придется вспомнить тригонометрию. Чуть-чуть. Что такое тангенс угла помните? А котангенс? Ну - разрешаю позвонить своим детям и внукам школьного возраста, они напомнят. Для тех, у кого их нет, сообщая: тангенс - отношение противолежащего катета к прилежащему, а котангенс наоборот - прилежащего к углу катета к противолежащему. Вспомнили?

Если провести касательную к кривой С-D - пути нашего движения при развитии бизнеса - мы получим некий угол α между осью абсцисс (горизонтальной осью) и этой касательной.

И вот теперь самое главное: то, что уничтожило американскую мечту. То, что очень легко и часто делали тысячи американцев еще в конце 19-го столетия, но стало абсолютно невозможным в 20-30-е годы 20-го столетия: создание состояния только благодаря собственным усилиям. Оказалось, что время, которое потребуется, чтобы пройти из точки С в точку D, т.е. на развитие бизнеса (обозначим его, как T - от time, время), прямо пропорционально котангенсу угла α , т.е.:

$$T \approx ctg\alpha;$$

а средства, которые на это потребуются (обозначим, как M - от money, деньги) - тангенсу:

$$M \approx tg\alpha;$$

Сразу оговорюсь - это не обязательно должны быть ваши деньги. Это могут быть, например, заемные средства - но вы должны их иметь. Точнее - иметь возможность распоряжаться ими, чтобы достичь нужного вам результата.

Ну и вспомним также, что при малых углах котангенс стремится к бесконечности, а тангенс - к нулю, и, наоборот, при больших углах, приближающихся к 90° (т.е. к вертикальной линии), котангенс стремится к нулю, а тангенс - к бесконечности, т.е.:

$$\begin{aligned} \text{при } \alpha \rightarrow 0^\circ \quad ctg\alpha &\rightarrow \infty; \quad tg\alpha \rightarrow 0; \\ \text{при } \alpha \rightarrow 90^\circ \quad ctg\alpha &\rightarrow 0; \quad tg\alpha \rightarrow \infty \end{aligned}$$

Устали немного от математики? Ну - сейчас попроще будет, будем простым человеческим языком объясняться. Ситуация первая: человек - представитель армии наемного труда, т.е. группа населения, отраженная на участке 3-4 нашего графика - собирается заняться бизнесом. Много ему для этого средств потребуется? Угол α равен нулю? Соответственно, и тангенс равен нулю - и, следовательно, объем средств, затраченных на передвижение из точки 4 в точку 3 равен «0». Т.е. - никаких затрат. Парадоксальный вывод, да? Особенно если вспомнить, что мы с вами чуть раньше прикидывали объем средств, необходимых, чтобы начать свой бизнес? Да нет - все правильно: от него ведь требуется всего-навсего принять решение, сказать себе: «Я хочу заняться бизнесом!» - и все! А для этого финансовых затрат - то не требуется, не так ли? Затраты будут - но позднее, когда он уже начнет развивать свой бизнес, т.е. уже двигаться из точки 3 в сторону точки 2.

А вот как насчет времени? Котангенс-то при нулевом угле равен бесконечности? А вот именно так и будет: никогда! НИКОГДА! Именно потому, что у него психология работника наемного труда - он никогда не примет решение стать бизнесменом. Зачем? Он привык работать по найму - и будет искать свое место под солнцем именно в этой сфере. И должно произойти что-то экстраординарное, чтобы он отказался от этой привычной, обжитой ситуации. Это понятно? Поехали дальше?

Вы - владелец малого бизнеса и хотите (ну очень хотите!) его развить, дотянуть хотя бы до начального уровня среднего бизнеса. Кривая на этом участке еще очень пологая, угол маленький, соответственно и тангенс угла небольшой. Много вам денег потребуется? Да нет, не особенно - для того, чтобы зарабатывать маленькие денюжки, много усилий и большие затраты на развитие обычно не требуются. А вот как относительно времени этого превращения? А вот здесь ситуация существенно хуже: котангенс малых углов - величина большая. Что означает: времени вам потребуется очень и очень немало... И это так: малые предприятия растут очень медленно - либо вообще никогда не растут! Все крупные проекты в нормальной экономической ситуации никогда не начинаются с малого бизнеса, сразу стартуют как минимум со среднего - с соответствующими первоначальными вложениями. Вот такая правда жизни...

Ну а если вам повезло, и вы уже - владелец крупного бизнеса, пусть хотя бы и в начальной стадии - и хотите вырасти до очень крупного! Реально? Да без проблем - с соответствующими немалыми затратами - тангенс больших углов стремится к бесконечности. И это абсолютно точно: чтобы зарабатывать миллиарды - нужно иметь возможность вначале и найти, и вложить тоже миллиарды. Вспомнили русскую поговорку: «Деньги к деньгам!»? Народ, может быть, и сер - но мудр! А вот как относительно времени такого роста? А просто: котангенс больших углов стремится к нулю - вывод понятен? Очень быстро! И это - совершенно точно: большие состояния не собираются «по копейке», они создаются очень быстро - годы, иногда даже месяцы, но не десятилетия.

Вот такую картинку Уорнер и выдал американцам, свято верившим в абсолютное торжество частной инициативы. Ну и что, спросите вы? А то, что в зависимости от крутизны этой кривой распределения национального дохода - полагая она или очень крутая, острая (т.е. насколько различаются доходы самых богатых и самых бедных слоев населения) очень сильно зависит и успешность этой самой частной инициативы.

А в 20-е годы прошлого столетия в Соединенных Штатах сложилась очень интересная ситуация: эта кривая была ну очень крутой! Концентрация капитала достигла невероятных размеров. По существу, всей Америкой тогда реально владели всего несколько сотен семейств. И выбиться из низов без серьезной поддержки кого-либо из членов этих семейств?.. Ну-ну... В то время это стало возможным только в святочных рассказах...

Ко всему прочему, из этого еще и следовал вывод, что сама по себе эта «пирамида распределения» неустойчива и, будучи предоставлена самой себе, неуклонно стремится к сокращению основания и росту высоты, т.е. к обострению. Попросту говоря: богатые становятся еще богаче, бедные - еще беднее. Еще раз вспомним: «Деньги - к деньгам!». А это уже был серьезный удар по теории свободного рыночного распределения и идее саморегулируемого свободного рынка, не требующего какого-либо государственного вмешательства. Т.е. - прямое посягательство на принципы свободного предпринимательства, почти социалистическая идея! Так что не удивительно, что в Штатах эта теория была воспринята более, чем прохладно.

Самое интересное, что к аналогичным выводам примерно десятью годами раньше пришел русский философ Питирим Сорокин. Его работам в то время немного не повезло - они прошли незамеченными на фоне великих потрясений того периода. Сорокин пошел чуть дальше: он пришел к выводу, что, по мере сужения основания и роста высоты, «пирамида распределения» становится неустойчивой, и в какой-то момент происходит социальный взрыв, ломающий и обрушивающий верхнюю часть этой пирамиды. И предотвратить этот процесс можно только методами государственного регулирования и перераспределением сверхдоходов в пользу менее обеспеченных групп населения.

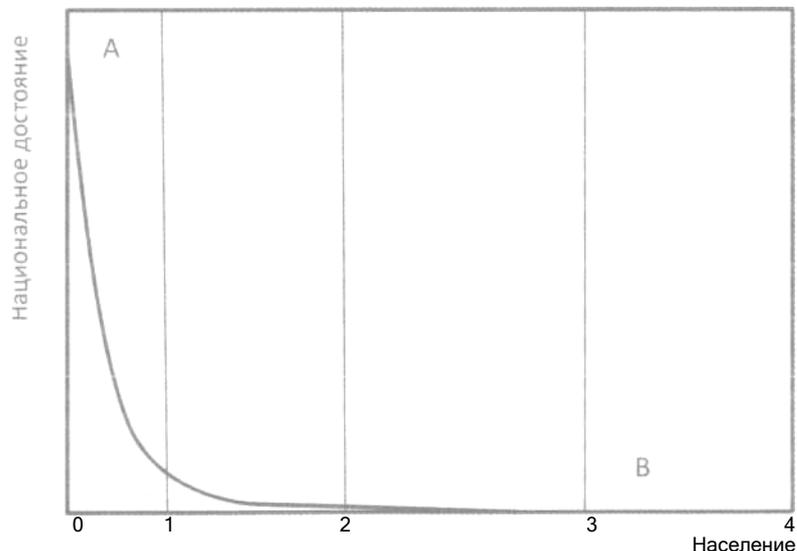
Уорнер не рискнул сделать этот вывод. Так или иначе - но его доклад задвинули в самый дальний ящик и надолго забыли. Вскоре Великая депрессия, разразившаяся в Соединенных Штатах, быстро охватила почти весь мир. На 10 лет, вплоть до начала второй мировой...

Да, кстати - а как сейчас ситуация в Штатах с точки зрения развития бизнеса? А прекрасно! Потому как сейчас эта самая «пирамида распределения» очень пологая: примерно 30% американцев владеют 70% национального достояния. Чтобы ситуация стала более понятной: каждый 70-й американец - миллионер... Нет такого вопиющего разрыва в доходах самых малообеспеченных и самых богатых, как в предвоенные годы. Как этого удалось добиться? Очень просто: самым прямым и жесточайшим государственным регулированием доходов граждан, изъятием сверхдоходов в пользу малообеспеченных слоев населения.

Неожиданно, да? Штаты, которые все считают образцом либеральной экономики, цитаделью свободного предпринимательства - и вдруг такое! Невероятно? Не может быть? Да нет - именно так и есть, просто не все об этом знают. Вас, например, никогда не удивляло, что в США такое огромное количество различных благотворительных фондов? Которые выплачивают стипендии студентам университетов, предоставляют бесплатное медицинское обслуживание гражданам, не имеющим медицинской страховки и т.п.? Думаете, все это только по доброте душевной? Да, не без этого, конечно, но главная причина гораздо приземленнее: вы в курсе, что налог на наследство стоимостью свыше 2 миллионов там составляет 45%, и обсуждается вопрос о его увеличении до 55%? Что - считаете непомерно много? Это смотря с чем сравнивать - в послевоенные годы он достигал 96%! Попросту говоря, передать честно нажитое имущество своим детям, внукам и прочим родственникам честный американский миллионер (а уж миллиардер - тем паче!) не может: большая часть уйдет в бюджет государства. Вот и приходится организовывать благотворительный фонд, управление которым пожизненно передается его наследникам. Основной капитал они не могут трогать, но управляют всеми доходами этого фонда: определенная часть расходуется на благотворительные цели, остальное - в их полном распоряжении. Ко всему прочему, вторая выгода для них в том, что доходы таких фондов освобождаются от большинства налогов. Последнее немаловажно, т.к. налоговые ставки в США на сверхдоходы немаленькие, были периоды, когда верхняя шкала достигала 96%!!!

В большинстве европейских стран ситуация с распределением доходов граждан довольно близкая, т.е. ситуация для развития бизнеса буквально «с нуля» крайне благоприятная. Было бы желание и достаточный уровень компетенции отца-основателя... И потому, начиная примерно с 60-70-х годов прошлого столетия и вплоть до самого последнего времени возникновение «из ничего» и последующий бурный рост гигантских промышленных и финансовых империй в западных странах - скорее правило, чем исключение. Вспомните хотя бы Microsoft, Apple, Facebook, Google. Все они начинались «с нуля», молодыми ребятами, у которых ничего не было кроме светлых голов, новых идей и огромного желания сделать дело. Ха, скажете - все это очень узкая сфера, информационные технологии. Да и «отцы-основатели» были зелеными юнцами, не обремененными семьями, заботами, которым нечего было терять, которые ничем не рисковали. Да? А, например, Kentucky Fried Chicken (сейчас мы эту гигантскую сеть больше знаем под названием KFC)? Дедушке Сандерсу было 62 года, когда он только-только начал ее создавать! Так что дело не в возрасте, а в благоприятной ситуации для создания и развития бизнеса.

Да, но какое отношение все это имеет к нашей ситуации? А самое непосредственное: в нынешней России эта кривая распределения национального достояния имеет примерно такой вид:



По официальным данным сейчас в России 10 процентов населения владеют 90% национального достояния. Но - это по официальным данным... Если же вспомнить, что несколько лет назад, когда разводился один из наших крупнейших российских миллиардеров, и вдруг выяснилось, что официально у него ничего нет - ну совсем ничего! - становится понятной достоверность этих данных. Дело в том, что в российском законодательстве по существу отсутствует понятие бенефициара, т.е. выгодоприобретателя. Это означает, что если какое-либо имущество зарегистрировано не на физическое лицо, являющееся фактическим владельцем, а как собственность некоей фирмы - ну, скажем, «Рога и копыта» - в перечне имущества этого гражданина оно не значится.

В этом смысле сведения «Форбс» гораздо надежней. По данным этого авторитетнейшего издания более 98% всего российского достояния принадлежит менее чем 2% населения. Это больше похоже на правду. В начале 2011 года в России насчитывался 101 долларовый миллиардер (т.е. больше на душу населения, чем где-бы то в мире), а совокупное богатство сотни богатейших российских предпринимателей составило 432 млрд. долларов, т.е. почти **полтора раза больше всего государственного бюджета России!** И эта цифра из года в год увеличивается: деньги - к деньгам! Чтобы было совсем понятно: по подсчетам RBC daily по состоянию на начало 2012 года бизнес всего 20 крупнейших российских миллиардеров создает примерно 95% рабочих мест в России! По существу, в России среднего слоя сейчас нет вообще. Есть очень небольшой слой невероятно (даже по мировым меркам) богатых людей - и вся остальная масса населения, которая состоит преимущественно из работников наемного труда и относительно малочисленного слоя владельцев мелких и мельчайших предприятий разного профиля.

Ну и как вы считаете - может в современных условиях России малый бизнес вырасти и стать хотя бы средним? Вряд ли... Да, кстати - а если вспомнить ситуацию лет эдак 20-25 назад? Ведь большинство нынешних гигантских состояний России выросло из тех времен? Да все очень просто: в социалистической системе СССР с жестко контролируемым государством механизмом распределения доходов законы рыночной экономики не работали... И «пирамида распределения» в той, первоначальной России начала 90-х годов, унаследованная от СССР, имела совершенно дикий, ненормальный вид. Собственно, эта кривая имела форму даже не пирамиды, а какого-то пузыря: не было людей с большой собственностью, но не было и совершенно нищих. Поэтому очень трудно было начать бизнес - но, начавшись, дальнейшее развитие бизнеса могло идти совершенно невероятными темпами. И действительно: огромные состояния создавались тогда менее чем за год. Ну, правда, многие были так же

быстро и потеряны... Но это уже другая история.

Так что - и бизнес, получается, нам не светит? Так? Вот незадача: в долг не дают, воровать не хотим (да и не умеем, если честно), работой по найму на нормальную жизнь не заработать, с бизнесом тоже ничего не светит... Что делать-то? Загрустили, коллеги? Безвыходная ситуация, так? И что же мы тогда здесь с вами делаем? Быстренько собираем вещички - и по домам, доживать и дожевывать оставшееся?..

Ну, для начала позвольте напомнить старую истину: даже если вас проглотили, у вас есть, по крайней мере, два выхода. Короче - безвыходных ситуаций не бывает. НЕ БЫВАЕТ! Просто выход бывает иногда совсем не с той стороны, где мы его ищем. Да, с точки зрения экономики ситуация в России для развития бизнеса «с нуля» - безвыигрышная. С точки зрения законов экономики... А нельзя ли их как-то обойти, нарушить? Их же ведь люди придумали, не так ли? Да нет - нарушить нельзя: законы экономики не менее объективны, чем основные законы природы. Страны, нации, люди, которые пытались их нарушить, жестоко поплатились за это. А вот обойти?... Ну а почему бы и нет? Вроде как второй закон термодинамики в физике (напомню его формулировку: «Невозможен самопроизвольный перенос тепла от тела менее горячего к телу более горячему»): впрямую нарушить нельзя - а обойти очень даже можно! Не верите? Зайдите на кухню и посмотрите на свой холодильник - он это делает постоянно.

Вот так и с законами экономики - в данном случае «пирамидой распределения». Нарушить-то, конечно, нельзя - а вот как насчет обойти? Мы ведь с вами что рассматривали? Движение по кривой А-В, т.е. только по линии распределения. И все! Т.е. только то, что прямо подчиняется этим самым экономическим законам. А как относительно областей под кривой и над кривой? Их-то мы ведь совсем не рассматривали! А они очень и очень интересны, особенно область **над** кривой А-В.

Ну, относительно области под кривой скажу сразу - мы ее рассматривать не будем. Потому как это - сфера криминала. Потенциал любой точки под кривой ниже потенциала любой точки на кривой. В переводе на нормальный язык это означает, что **криминал не может на законных основаниях владеть какой-либо собственностью**. Это для нас вряд ли представляет интерес. Но, с другой стороны, криминал и не связан никакими законами и ограничениями - ни экономическими, ни человеческими (т.е. юридическими нормами, морально-этическими и т.п.), поэтому имеет возможность свободно двигаться по всей области ниже этой кривой. Опять же в переводе на человеческий язык - завладеть любой собственностью, находящейся в пределах его доступности. Незаконно - ну, на то он и криминал... Так- что это - не для нас!

А вот область над кривой - совсем другое дело! Помните такой термин «красные директора»? Ну, многие уже, наверное, забыли - он очень часто использовался еще лет десять назад, но сейчас уже почти забыт. В переходный период, с начала 90-х примерно по середину 2000-х большинство бывших государственных предприятий, унаследованных еще от СССР, существовало в виде т.н. ФГУП (федеральных государственных унитарных предприятий). Совершенно уникальное образование, не имевшее аналогов в истории: по форме вроде бы полностью государственное, а управлялось, по существу, как частное. Кем? А директором этого предприятия. Ему на нем не принадлежало ни одного гвоздя, но он единолично от имени предприятия распоряжался всем его имуществом, всей его деятельностью. Практически бесконтрольно, т.к. собственника, перед которым он должен был бы отчитываться, не было (ах, да - ну был, конечно. Теоретически. Государство. А кто это, конкретно?). Вот их и называли «красные директора». Сейчас таких предприятий уже почти не осталось - все преобразованы в госкорпорации, акционерные общества со 100% участием госкапитала и т.п. - и бывшие «красные директора» превратились в обычных наемных работников, подотчетных Совету директоров, Наблюдательному совету - ну и другим органам, предназначенным для выработки стратегических решений и контроля за их исполнением. Правда, многие из них к тому времени уже обзавелись солидным пакетом акций родного заводика... В процессе приватизации во имя трудового коллектива... Своя рука - владыка!

Ну а еще 10-15 лет назад директор ФГУПа был царь и бог на своем предприятии и мог единолично решать любой вопрос его деятельности. Любой! Еще раз подчеркну: не будучи ни единоличным собственником, ни даже совладельцем этого предприятия.

Понятно, каким образом «красные директора» (ну конечно и другие им подобные персоны) могли использовать свое положение фактического полновластного хозяина? Что?!! Назначать себе большие премии и бонусы? Ну, люди... Что ж вы так мелочитесь-то?! Во все времена доля заработной платы в России не превышала 13% от себестоимости производимой продукции, а сейчас вклад фонда оплаты труда в себестоимость вообще меньше 10%! Всего-то! Ну и много он на этом заработает, даже если процентов 50 всего фонда зарплаты себе, любимому, нарисует? Не мелочитесь, думайте! Речь идет об использовании всего потенциала возглавляемого им предприятия! Всего! Как, каким образом? Да, еще маленькое уточнение: не нарушая закон - ну, по крайней мере, явно.

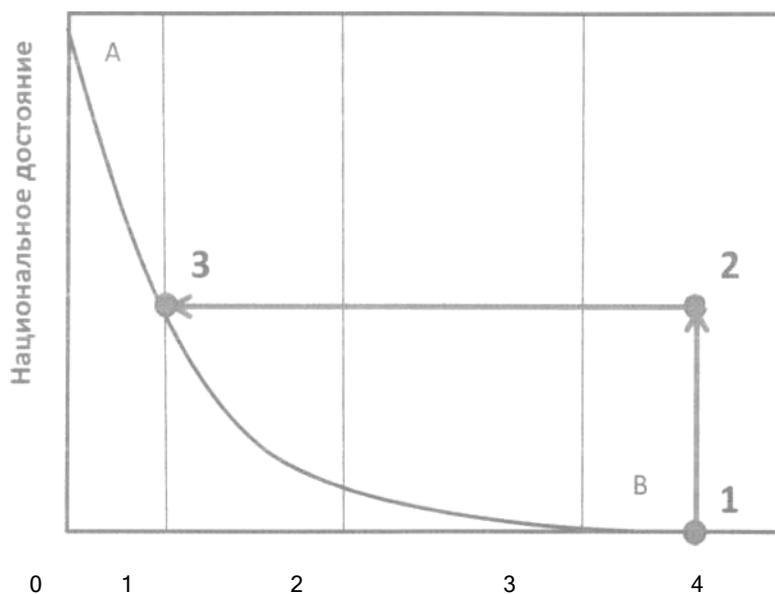
Непонятно? Да, не были вы «красными директорами»... А теперь представьте, что стали. И командуете гигантским машиностроительным заводом с многомиллиардным оборотом. Которому нужно немеряное количество разнообразной оснастки для станочного парка, например. И закупает он эти изделия регулярно на десятки и сотни миллионов в год. У разных фирм. А тут вдруг оказалось, что у вашего свата, брата, жены, сестры, папы, мамы - да мало ли возможно вариантов - по счастливому совпадению есть фирма, которая производит именно такую оснастку. Ну, так уж получилось. Возможно, что пару лет назад эта самая фирмешка выделилась в самостоятельное предприятие из вашего же завода. Вместе со всеми производственными мощностями - мало ли что творили в эпоху ранней приватизации? Как вы думаете - нарушите ли вы какой-нибудь закон, если заключите договор именно с этой фирмой? Цены - те же, продукция - того же качества. Где-нибудь в Штатах - безусловно да, нарушите, т.к. вы - т.н. «аффилированное» (т.е. заинтересованное) лицо и не имеете права принимать такое решение. В России - нет! бее законно! И немалые денежки за выполнение этого заказа потекут не куда-нибудь, а в карман хорошего человека. Вариант понятен?

Другой вариант, не менее интересный: представьте, что вы - руководитель города. И в городе ремонтируют крупный стадион. И нужно, например, для этого тысяч сто пластиковых сидений. А у вашей дорогой и ненаглядной жены - маленькая фирмочка пластмассовых изделий. Она, правда, до этого ничего серьезнее ершиков для унитазов и пластмассовых тазиков не производила - но лиха беда начало! И начало было положено! Дальше - город очень много строит. А что нужно каждому дому? Ну конечно - окна! 3-5 штук на каждую квартиру. Ну и почему бы не заказать окна для всех муниципальных новостроек этой же фирме? Тем более - ее руководитель в буквальном смысле под боком, контроль полный и абсолютный... Бот так и начиналось одно из крупнейших состояний современной России...

Хотите еще? Ок - представьте, что ваша жена, например, хозяйка дорожностроительной фирмы, которая выпускает в том числе бордюрный камень и тротуарную плитку. Представляете, сколько тротуаров ежегодно ремонтируется в крупном городе?

Ну, я думаю, достаточно? Сразу оговорюсь - примеры сугубо теоретические, хотя и возможные. Вам понятно, какой механизм работает в данном случае, что превращается в итоге в капитал? Власть? Ну, не совсем точно, но близко: **возможность использования потенциала огромной организации в личных целях**. Причем - обратите на это внимание: без нарушения действующих законов (по крайней мере, явного).

Посмотрим, как это будет отражаться на нашей «пирамиде распределения»? Очень просто и изящно:



Наш директор - классический работник наемного труда. Никакой собственности (имеется в виду что-то, приносящее доход, т.е. средства производства) у него нет, т.е. его положение соответствует точке 1 на кривой «пирамиды распределения». Однако он полновластно распоряжается гигантским потенциалом возглавляемого им предприятия (или города) - что соответствует точке 2 - и использует его в личных целях: отрезок 2-3. И, таким образом, очень быстро достигает уровня крупного бизнеса по своему личному имущественному положению, **не имея при этом никакого стартового капитала**.

Принципиально эта схема понятна? Хороша? Безусловно! И главное - абсолютно легальна! Ну что - подаемся в

«красные директора»? Или лучше - в градоначальники? Ни у кого в родне нет нужного человечка с «карманным» заводиком, комбинатом - ну чем-нибудь покрупнее, побогаче? Нет? Жаль... Ну вот - вы уже опять загрустили?

А вот теперь представьте: есть гигантская транснациональная корпорация с представительствами чуть ли не во всех странах мира. Выпускающая на собственных производственных мощностях продукцию великолепного качества, пользующуюся неизменным спросом во всем мире. Причем потребность в этой продукции из-за ухудшающейся экологической обстановки, роста населения и обеднения общемировой продовольственной базы постоянно растет. Представили? А теперь добавьте к этому мощнейшую научно-исследовательскую базу, собственный университет, логистику, склады, транспорт и прочая, и прочая. Корпорацию, которая сама разрабатывает, производит, транспортирует, растаможивает, сертифицирует в каждой стране собственную продукцию и может доставить ее практически в любую точку земного шара по требованию потенциального потребителя. Корпорацию, которая открыта для любого партнера, готового честно вести с ней совместный бизнес - и от которого требуется всего лишь одно: приложить свои силы, знания, умения, опыт, время для реализации этой продукции. Продукции, которая уже произведена, проверена, доставлена, прошла все необходимые сертификации, регистрации и т.п. обязательные процедуры - и находится буквально в шаговой доступности от потенциального партнера корпорации.

Где и когда вы видели бизнес, в котором импортеру не требуется заниматься ни поиском конкурентоспособной продукции, ни ее доставкой, ни растаможкой, ни сертификацией, ни складированием - в общем, ничем из того громадного перечня, который «тянет» более 90% затрат в любом бизнесе? И вот - вам предлагают такой бизнес. И предлагают вам за это 55,5%! Да нет - не прибыли! Гораздо, гораздо больше - **55,5 % от общего оборота реализуемой с вашей помощью продукции!**

Уже слышу возмущенные вопли: так не бывает!!! Да за что?!! Да нет - бывает. За что? Да в сущности - только за некоторые навыки в разумном использовании того самого серого вещества, которое обычно имеется у каждого из нас в черепной коробке. Для того, чтобы организовать нормальный сбыт потенциальным покупателям этой самой продукции. За организацию разумного сбыта - подчеркиваю: разумного! Чтобы продукция попадала именно тем людям, которым она действительно нужна. Которые, приобретая эту продукцию, не задвинут ее в дальний угол, а получат от ее использования именно то, что они хотели - и сами, в свою очередь, станут, по существу, добровольными - а потому и самыми активными и эффективными - рекламными агентами по продвижению продукции корпорации.

Узнали? Ну да - «Тяньши». Великая и могучая корпорация «Тяньши», с которой мы с вами имеем честь сотрудничать. Кто-то больше, кто-то меньше. Кто-то уже давно - и многого добился, кто-то только начинает - и еще даже боится поверить в то, что все это возможно.

А вот как это самое продвижение продукции нужно организовывать? Ну, ребята - тут уж вам и карты в руки: а как считаете нужным. Теми методами, которыми владеете и считаете приемлемыми для себя, любимого. Не умеете, не знаете, как? Ну - помимо всего прочего у корпорации есть своя развитая система обучения. Для всех: для новичков, которые еще буквально вчера заключили соглашения с корпорацией, и для суперэлиты корпорации, дистрибьюторов с почетными званиями. Каждому - свое! Поэтапно. Потому что бесполезно объяснять высшую математику человеку, который еще не знаком с таблицей умножения. Но каждый получит свое. Может получить. В соответствии со своими возможностями и потребностями.

Леди и джентльмены, вы понимаете, что «красные директора» по сравнению с вами отдыхают? Что, когда вы подписываете регистрационное соглашение, вы, в сущности, покупаете гигантскую транснациональную корпорацию со всеми ее возможностями, со всем ее потенциалом? Корпорацию!!! За 350 рублей, которые вы уплатили при регистрации вашего соглашения с корпорацией? Все возможности корпорации - за стоимость одного перекуса в дешевой московской кафешке?

Ограничения? Да, есть, конечно: безусловная легальность вашей деятельности - короче, по-русски, вспоминая незабвенного Остапа Бендера: «Уголовный кодекс нужно читать!». И «Бизнес-кодекс дистрибьютора корпорации» - тоже. Потому что когда люди уходят от нас недовольными - они уходят не от нас, они уходят от «Тяньши». Сложно? Вам сложно быть честным?!! Тогда еще раз подумайте - туда ли вы попали...

16

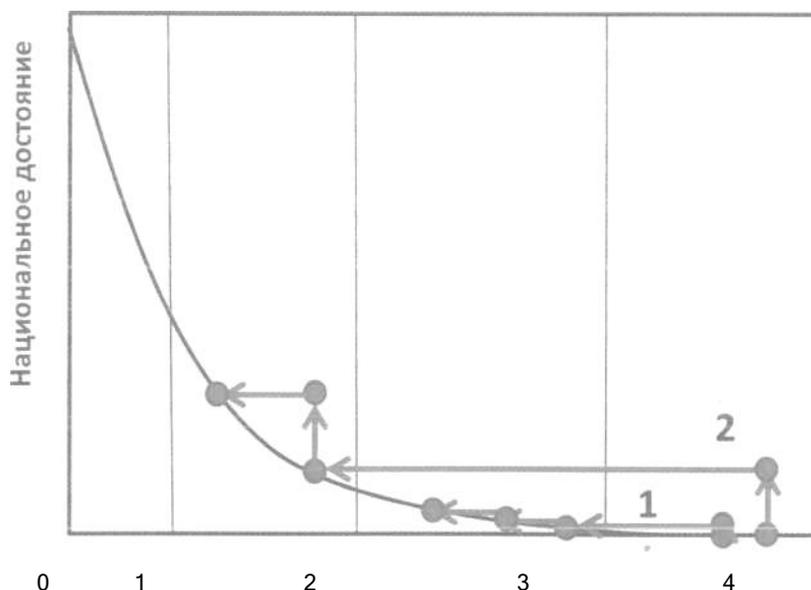
Я не зря использовал несколько, может быть, старомодный оборот: «Имеем честь сотрудничать». Да именно так: «Имеем честь» - и понимать это нужно буквально. Потому что мы с вами - лицо корпорации «Тяньши». Потому что именно по нам, дистрибьюторам корпорации, окружающие нас люди судят обо всей корпорации. Потому что именно мы с вами поддерживаем и поднимаем бренд «Тяньши» - который, кстати, на сегодня оценивается более чем в миллиард долларов! Это обязывает!

Но все-таки: умные слова - это хорошо. А вот как конкретно это все будет выглядеть? В смысле - как работать-то? Извечный русский вопрос: что делать? Чтобы чуть позже, если у вас ничего не получилось, не начал звучать второй извечный русский вопрос: кто виноват? А вот здесь, ребята, все зависит только от вас. Стартовые позиции у всех одинаковы: всем предоставляют равные возможности. Это звучит фантастикой, но это факт: правила игры одинаковы для всех! Другой такой системы я не знаю - поверьте моему опыту! Никто - подчеркиваю: НИКТО! - не может вас затормозить, как-то помешать. Зато все - подчеркиваю: ВСЕ! - заинтересованы в вашем личном успехе. В вашем личном успехе... В это трудно поверить - но это так. Именно этот вопрос рассмотрим чуть-чуть позже.

Но - как всегда, есть и это самое «но» - никто не будет работать за вас. Помочь - если это будет необходимо - помогут всегда. Научить - если вы чего-то не умеете - научат всегда. Но работать за вас - извините! Никто и никогда не будет. А потому - каждый движется собственными темпами. С одинаковых позиций.

Кто-то использует предоставленные ему возможности на «чуть-чуть» - и потому ползет очень и очень неспешно. Может быть когда-нибудь чего-нибудь он и достигнет. А может быть и увянет где-нибудь в самом начале своей потенциальной карьеры.

Ну, чтобы было понятней, рассмотрим все ту же самую кривую «пирамиды распределения» - на ней путь нашего «неторопливого» дистрибьютора отмечен линией «1». Один мой знакомый существует в «Тяньши» - честно говоря, язык не поворачивается сказать «работает», он именно «существует» - именно так. Я его называю «заслуженным дистрибьютором 4-х звезд» - потому что он уже года 3, как дистрибьютор 4-х звезд. Иногда он просыпается, что-то делает. Потом опять исчезает месяца на 3-4. Допустимо такое в «Тяньши»? Ну а почему нет? Может быть человеку нужно просто общение, ощущение сопричастности к чему-то большому, сознание собственной значимости? «Тяньши» дает это ему. А вот нужен ли он «Тяньши»? Ну, с точки зрения финансовой - вероятно, не очень. А вот с точки зрения социальной миссии «Тяньши»? Скорее - да! Потому что отнюдь не все измеряется рублями, долларами, евро и т.п., в стоимостных единицах. Потому что даже тот минимум позитива, который он создает, соучаствуя вот так, «по чуть-чуть», в великой социальной миссии «Тяньши» - нести здоровье человечеству, служить обществу - требует максимально возможного участия всех людей в мире. По мере сил. Каждому - свое! Другое дело, что бизнесом это назвать трудно. Ну - это уж его дело.



Совершенно другая ситуация - путь, отмеченный линией «2». Человек работает по максимуму, использует предоставленные ему корпорацией возможности «на всю катушку». Ну, скажем: квалификация сразу на 4 звезды, первый месяц - 5 звезд, два-три месяца - 6 звезд, полгода - 7 звезд, год - 8 звезд, а то уже и почетное звание. Это - серьезная заявка на будущее. Заявка - потому что почетные звания дистрибьюторов - это не пенсия. Это - только переход на новый этап. Это - бизнес.

Хотите сказать, что таких нет? Да ну что вы! Лично знаком! Не скажу что много - не все могут (да и не все хотят, честно говоря!) так работать - но есть. Еще раз повторю: каждому - свое! Возможности всем даются одинаковые, но далеко не все готовы их использовать.

Что? Работать нужно?.. Вы знаете, коллеги, вы абсолютно правы: нужно работать... Много лет назад - я тогда еще только пришел в «Тяньши» - один потенциальный кандидат в дистрибьюторы, когда я рассказывал ему о нашем бизнесе, так и заявил: «Так ведь это же работать надо!». Честно говоря, я тогда даже как-то растерялся: весь мой богатый опыт в бизнесе - вначале в малом, затем в крупном - говорил о том, что в любом бизнесе нужно

работать. И чем больше хочешь зарабатывать - тем больше нужно работать. Бесплатный сыр бывает только в мышеловке. К сожалению... Всем моим знакомым известно - и я это не скрываю - что я человек невероятно, почти паталогически ленивый, работать не люблю и стараюсь делать только то, что абсолютно необходимо. Поэтому если вы где-нибудь, когда-нибудь найдете какую-либо сферу деятельности, где не нужно работать, где деньги сыплются «просто так» - звоните мне в любое время. Моя благодарность будет безмерной... В разумных пределах, конечно... Потому что до сих пор я, при всем моем богатом опыте, ничего подобного не нашел, ничего такого не видел и ни о чем подобном даже не слышал. Но, видимо, у моего собеседника были совсем другие представления о бизнесе... Думаю, что и вам такие встречались, не так ли?

Итак, подводя итог вышеизложенному, как можно сформулировать первую основную особенность сетевого бизнеса? С точки зрения математики и экономики? Попробуем? Запишите: **«Сетевой маркетинг - единственная экономическая модель организации бизнеса, обеспечивающая законную возможность использования каждым участником в своих личных целях всего потенциала - финансового, научного, производственного, экономического - гигантской транснациональной корпорации, ему не принадлежащей и им не руководимой».** Это всем понятно? Единственная! Формулировка длинноватая и замысловатая - но точная.

Это все? Есть другие мнения? Ну конечно! Добавьте обязательно: **«Без какого-либо ущерба для всех остальных участников!».** Это очень важно! Потому что в любой другой сфере неизбежна конкуренция. Если вы и ваш лучший друг имеете фирмы, которые занимаются одним и тем же - хотите вы или не хотите, в каких бы хороших личных отношениях вы не были - интересы бизнеса рано или поздно сделают вас противниками. Хорошо, если только пассивными, и вам не придется оказаться в роли акул, пожирающих все и всех вокруг себя, чтобы выжить...

В любой сфере человеческой деятельности ступени вашего успеха опираются на чьи-то неудачи, чьи-то поражения. В любой! Кроме сетевого бизнеса. Так уж он устроен... В это трудно поверить, но это именно так: конкуренции нет, она бессмысленна! Потому что ваши личные успехи и достижения делают компанию, с которой вы сотрудничаете, более сильной. И потому она может предложить все большие возможности **всем** своим дистрибьюторам! И потому все - ВСЕ! - ваши коллеги объективно заинтересованы в успехе каждого! Вот такой неожиданный поворот... Вот почему сетевой маркетинг - **это бизнес с человеческим лицом.**

Да, кстати - а когда и как вообще появилась эта очень необычная экономическая модель деловых взаимоотношений - сетевой маркетинг? Что? Не слышу? Карл Ренборг, 1940 год, «Витамины Калифорнии»? Ну да - обычно вспоминают именно эту историю...

Американцы - нация молодая, история очень короткая, а хочется, как и всем, сказать о себе побольше, получше... И потому им свойственно приписывать себе чуть ли не все достижения человеческой цивилизации. Как и в данном случае: американцы, собственно, придумали только название: «сетевой маркетинг». И сделали (ну, по крайней мере, попытались сделать) эту систему массовой, распространить ее на весь мир. Вот за это, кстати, им огромное спасибо!

Но сам-то принцип сетевого маркетинга был известен - и реально применялся - по крайней мере, более двух тысяч лет назад, т.е. до рождения Христа! Исторически достоверно известен, например, факт расчетов за выполненные услуги по сетевому принципу еще Юлием Цезарем. Но, честно говоря, мне больше нравится легенда об изобретении шахмат. Не слышали?

Шахматы, как считается, изобрели в Индии. Рассказывают, что одуревшему от скуки и безделья радже игра очень понравилась, и он решил щедро наградить ее создателя - раджа был баснословно богат. К его удивлению, изобретатель игры отказался от золота и драгоценных камней и попросил расплатиться с ним рисом, причем по такой схеме: на первую клетку шахматной доски положить одно зернышко, на вторую - два зернышка, на третью - четыре, на четвертую - восемь - и так далее, удваивая число зернышек риса на каждой последующей клетке. Раджа расхохотался, назвал его идиотом и велел принести мешок риса.

Раджа смеялся, пока заполняли две первых горизонтали доски (на это ушло чуть больше килограмма риса). Он еще посмеивался, когда перешли к третьей горизонтали - но мешок вскоре кончился. На третью горизонталь доски ушло пять мешков, и раджа призадумался: он был все-таки умным человеком... На четвертой горизонтали опустел весь амбар - и раджа немного загрустил. На пятой горизонтали раджа понял, что у него нет столько риса, и он не сможет расплатиться... Никогда!..

0	*	00	000	0000	00000	000000	128
256	512	1024	2048	4096	8192	16384	32768
65536	131072	262144	524288	1048576	2097152	4194304	8388608
16777216	33554432	67108864	134217728	268435456	536870912	1073741824	2147483648
551406336	1102812672	2205625344	4411250688	8822501376	17645002752	35290005504	70580011008
2245762560	4491525120	8983050240	17966100480	35932200960	71864401920	143728803840	287457607680
11418880000	22837760000	45675520000	91351040000	182702080000	365404160000	730808320000	1461616640000
73709337600	147418675200	294837350400	589674700800	1179349401600	2358698803200	4717397606400	9434795212800
604239360000	1208478720000	2416957440000	4833914880000	9667829760000	19335659520000	38671319040000	77342638080000
604239360000	1208478720000	2416957440000	4833914880000	9667829760000	19335659520000	38671319040000	77342638080000
604239360000	1208478720000	2416957440000	4833914880000	9667829760000	19335659520000	38671319040000	77342638080000
604239360000	1208478720000	2416957440000	4833914880000	9667829760000	19335659520000	38671319040000	77342638080000

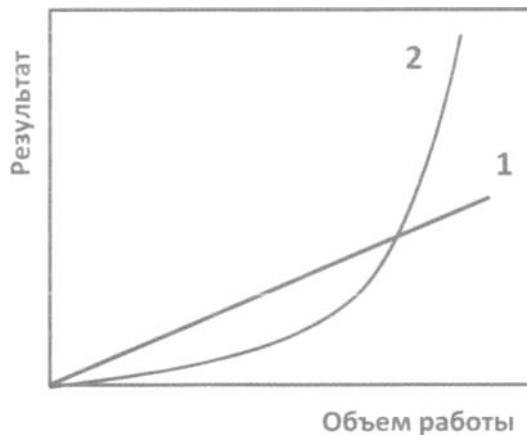
И действительно, если посчитать необходимое количество риса, получаем: число зерен, положенных на доску, равно $2^n - 1$, где n - порядковый номер клетки на доске (если кто-то уже забыл степенную форму записи, напоминаю, что 2^n - это 2, умноженное само на себя n раз). Учитывая, что вес одного зерна риса принимается равным 0,0186 г (есть даже такая мера веса, «арузза» - вес одного зерна риса), то получается:

- на 1-ой горизонтали-4 грамма;
- на 2-ой горизонтали - 1,2 кг;
- на 3-ей горизонтали - 312 кг;
- на 4-ой горизонтали - 80 тонн;
- на 5-ой горизонтали - 20451 тонна!

Ну а сколько же должно было бы быть на всех 64 клетках доски, если заполнить ее всю в соответствии с этим правилом? Напрягите воображение. Миллион тонн? Сто миллионов? Кто больше? Запишите: 343 109 439 771 тонна!!! Повторяю еще раз: триста сорок три миллиарда тонн!!! Миллиарда!

Я не знаю точно, сколько сейчас собирают риса. Наверное, много. Но столько риса еще не собрали за всю историю его возделывания! Понятно, теперь, что такое экспоненциальная зависимость, что такое рост в геометрической прогрессии? Вот это - развитие в геометрической прогрессии, по экспоненциальному закону - и положено в основу сетевого маркетинга.

Используем много непонятных терминов, да? Ладно, сейчас попробуем перевести на нормальный язык. Посмотрите на эту картинку.



Обычный, т.н. «линейный» бизнес - это прямая 1: результат прямо пропорционален объему работы. Хотите зарабатывать вдвое больше - должны вдвое больше работать. Хотите втрое - значит, и усилий нужно прилагать втрое больше, и т.д. То есть он описывается линейным законом (потому, кстати, и называется линейным - если кто-то этого не знает) и развивается по арифметической прогрессии итоговый результат, **М** (от «Money», деньги) прямо пропорционален результату первого единичного действия **m** (от «money», ма-а-аленькие денежки), умноженному на число повторений этого действия **n**:

$$M \approx m \times n$$

А как в случае сетевого бизнеса? А это - кривая 2: **результат прямо пропорционален экспоненте от объема**

работы, т.е. результату первого единичного действия в степени числа повторений этого действия. Увеличение объема работы вдвое приводит к увеличению результата в четыре, шесть, восемь, шестнадцать и т.д. раз, в зависимости от структуры, т.е. от числа повторений ваших действий **п**:

$$M \approx m^n$$

В случае, например, с шахматной доской **п** меняется от 1 до 64. Для сетевой структуры **п** - это число уровней вашей структуры. Чуть-чуть забегая вперед: понятно теперь, почему важна глубина работающей структуры? Обратите внимание: **работающей!** Отнюдь не списочный состав...

Кто-нибудь обратил внимание на очень любопытное свойство такой прогрессии? Итоговый результат **М** почти не зависит от результата первого единичного действия **м** (он может быть очень незначительным) и очень сильно зависит от величины **п**, т.е. от числа повторения этих действий.

Непонятно? Хорошо - вот вам наглядный пример: двое торговцев заключили соглашение о том, что в течение месяца первый будет давать второму по 10 000 долларов в день. Второй же должен возвращать первому в первый день один цент, во второй - два и т. д. Второй торговец согласился и первые три недели радовался доходам, но в конце месяца был полностью разорен, отдав все свое состояние первому.

Невероятно? Давайте подсчитаем: первый торговец получил **300 000 долларов** (30 дней по 10 000 долларов в день). Второй - $2^{30} - 1 = 1\,073\,741\,823$ цента, т.е. **10 737 418 долларов, в 35 раз больше!**

Вот такие штучки геометрической прогрессии... Возможно, это легенда - но уж очень наглядная! Главное - не то, что мы получаем за один раз. Главное - чтобы этих самых «разов» было побольше, главное - число повторений! Здорово, правда? Получается, что можно особенно не упираться, делать «по чуть-чуть», главное - повторять много-много раз одно и то же действие (вспомнили часто используемый сетевиками термин «дублицирование»? Вот-вот - это именно о нем). А потому стоит записать, что **сетевой маркетинг - это единственная экономическая система организации бизнеса, дающая возможность экспоненциального развития с многократным ростом на каждом этапе развития**. Ни одна другая система подобных возможностей не дает. Ни одна!

К сожалению, у любой медали есть и обратная сторона. Придется мне плеснуть немного дегтя в наш сладенький бочонок сетевого меда: обратите внимание на начальный участок кривой 2 на рисунке. Экспонента на начальном участке очень пологая, растет очень медленно. И сопоставьте это с неуклонным ростом по линейному закону прямой 1 - экспонента явно проигрывает, не правда ли?

И это так: **сетевой бизнес в начальный период развивается гораздо медленнее линейного**. Гораздо медленнее! Очень неприятная особенность сетевого бизнеса, особенно для новичка. Сетевой бизнес всегда проигрывает линейному на начальном этапе. Финансовые результаты при одинаковых трудозатратах в сетевом бизнесе на начальном этапе намного меньше! Намного... Всегда... Это-та особенность сетевого бизнеса, к которой нужно быть готовым самому и готовить своих потенциальных сотрудников. Чтобы человек, которому вы убедительно (и главное, совершенно честно!) рассказали об огромных возможностях, предоставляемых вашей сетевой компанией, о невероятном потенциале, заложенном в самом принципе сетевого маркетинга, не увял через некоторое время из-за весьма скромных личных финансовых результатов, несопоставимых с реально выполняемым им объемом работы.

Да, конечно - потом **сетевой бизнес, развивающийся по экспоненциальному закону, многократно обгоняет по результативности линейный**. Многократно! Всегда! Но: начальный период очень медленного и малоэффективного по соотношению «работа - результат» развития - неизбежен. Миновать его нельзя, можно только пройти как можно быстрее. Сколько он будет продолжаться? А по-разному! Это зависит как от структуры и типа компенсационного плана, так и от активности самого человека. Я знаю людей, которые прошли этот период за два-три месяца. Знаю людей, которым и года не хватило. Знаю и тех, кто так и не смог его пройти - и ушел с глубочайшим убеждением, что сетевой маркетинг и все, что о нем говорят - сплошной обман.

Кстати, во многом именно с этой особенностью развития сетевой структуры связано активное продвижение различного рода бинарных схем организации сетевого маркетинга. Бинар действительно позволяет намного быстрее «проскочить» этот начальный участок - вам нужно развивать всего две ветки - чем и привлекателен для новичков. Но бесплатный сыр бывает только в мышеловке! Любая бинарная схема очень ²⁰ сильно проигрывает на последующих этапах по финансовой отдаче любой структуре, не ограничиваемой по ширине. Очень сильно! Более того, классический, не имеющий дополнительных ограничений (ну например по глубине, с которой производятся выплаты) бинар по достижении определенного уровня начинает «поедать» сам себя: суммарный объем выплат по структуре сравнивается с общим объемом. Такая вот особенность этой схемы. И потому бинарная структура либо не живет долго (обычно прекращает свою деятельность через 2-3 года после образования), либо обрастает набором дополнительных условий, сильно ограничивающих реальные выплаты - ну, например, классическое:

выплаты только с объема более слабой ветви. А потому довольно часто при постулируемых иногда непомерно больших выплатах (до 70-75% и более от общего оборота), реальные выплаты в бинарной структуре не превышают обычно 30%.

Впрочем, мы сегодня не обсуждаем различные типы маркетинг-планов, поэтому вернемся к нашей теме. Как с этой точки зрения обстоит дело с маркетинг - планом «Тяньши»? Имеется в виду - с точки зрения скорости развития и финансовых результатов. Рассмотрим? Наш бизнес-план все помнят? Основная особенность - нет ограничений ни по ширине, ни по глубине. Но для упрощения расчетов пройдем по минимальным требованиям, по самому простому пути.

Итак: для перехода на следующую степень необходимо, чтобы три ваших подчиненных дистрибьютора в разных ветках достигли равной с вами степени. Так? Забудем пока о требовании достижения суммарного накопленного объема структуры, хорошо? Для упрощения расчетов. В этом случае численность всей вашей организации можно рассчитать по формуле (по аналогии с задачей о шахматах - еще не забыли?):

$$N = 3^n,$$

где **N** - общая численность вашей структуры, **ап**- число уровней под вами.

Сколько возьмем уровней? Ну, давайте, скажем, 10. Что, много, думаете? Да ну что вы! За год можно сделать! Как? Трех дистрибьюторов в месяц можно квалифицировать на 300 рв? Конечно можно! О стандартной структуре все знают? Ну конечно - многие такие структуры и сами строили. Помните требования к ее построению? 10 человек в первой линии с личным объемом не менее, чем 300 рв (что обычно и называют «квалификация» - для тех, кто уже забыл, что это такое), причем все - за три учетных месяца. То есть, по крайней мере в один месяц вы должны подписать и квалифицировать четырех человек, и еще два месяца - по три человека. И таких стандартных структур на моей памяти построили не один десяток (я говорю только о тех, кого знаю лично, так что на самом деле - гораздо больше).

Таким образом, квалифицировать за месяц трех дистрибьюторов на 300 рв - задача не только абсолютно реальная, но и регулярно выполняемая самыми разными людьми. И, следовательно, ваши дистрибьюторы могут это сделать, т.е. просто повторить ваши действия. И так далее. А теперь подсчитали: получается, что каждый месяц ваша структура увеличивается ровно на 1 уровень. Те самые 10 уровней - за 10 месяцев. Ровно.

Итак: через 10 месяцев численность вашей структуры достигнет $3^{10} = 59049$ дистрибьюторов. Представим, что каждый из них сделал только одну закупку в 300рв, необходимую для квалификации на три звезды. И все - больше никогда ничего на свой номер не проводил. Да нет - я помню, конечно, об обязательных закупках дистрибьюторов старших степеней, помню и об объеме. Но мы же договорились пока что это опустить, чтобы упростить расчеты, не так ли? Что мы получаем?

$$300 \times 59049 = 17\,714\,700 \text{ рв}$$

Таков **минимальный** накопленный объем нашей гипотетической организации. А как относительно выплат на номер ее спонсора? Ну, понятно, что при таком числе уровней он уже - дистрибьютор степени 8 звезд. Точнее - уже с почетным званием (ну, правда, только Серебряный Лев - выше число веток не позволяет, всего три). Не буду приводить расчеты, прошу поверить на слово: суммарный средний размер выплат на номер спонсора при такой структуре составит около 5% от общего объема (недоверчивые могут подсчитать сами - но это немного хлопотно, учитывая сложный переменный процент). Тогда получим:

$$17\,714\,700 \text{ рв} \times 0,05 = 885735 \text{ рв},$$

что по нынешнему курсу доллара (30руб./долл.) составляет **974 308 долларов США**. Почти миллион...

Итак: всего 10 месяцев работы - и вы миллионер! Долларовый! Впечатляет? Ну, поскольку мне постоянно напоминают, что при трех ветках структуры не хватает общего объема (а это обязательное требование маркетинг - плана «Тяньши»), и нужно хотя бы четыре - просчитаем этот вариант? Начальные условия те же: 10 уровней, все дистрибьюторы совершают только одну закупку на 300 рв, квалификационную (обязательные закупки все-таки опустим для упрощения, ладно?). Задача, правда, будет немного сложнее - квалифицировать на 300 рв за месяц нужно четырех дистрибьюторов, а не трех - но реальная. Я знаю людей, которые квалифицируют до 10 человек в месяц. Не скажу, что таких много - но они есть.

21

Итак: $4^{10} = 1\,048\,576$ человек в структуре, общий накопленный объем составит $300 \times 1\,048\,576 = 314\,572\,800 \text{ рв}$, и, соответственно, выплаты спонсору - **15 728 640 рв**, т.е. **больше 17 миллионов долларов!** Крепко сидите? Никто не упал? Нормальная цифра, не правда ли?

Итак: всего-навсего нужно подобрать четырех потенциальных кандидатов, убедительно раскрыть им все

возможности, которые дает сетевой маркетинг вообще, и корпорация «Тяньши» в частности, заинтересовать их этим бизнесом, объяснить необходимость квалификации на 3 звезды (т.е. личной закупки на 300 или более рv) и - самое главное - научить их делать то же самое, т.е. дублировать вас. И все! Менее чем через год вы - долларовый миллионер. Ну и если кто-то дал себе труд просчитать статус - Почетный Член Правления! Со всеми вытекающими отсюда приятными последствиями...

Впечатляет? Еще бы! Как говорится - сбылась мечта... Ну, не будем говорить, чья - но сбылась. Не так ли? И делов-то всего - четырех человек подобрать! Да за такие-то деньжищи! Да мы - мигом! А там - грей себе животик где-нибудь на Канарах, вкушай плоды трудов праведных...

Что-то старички (не в смысле возраста, в смысле стажа в «Тяньши») как-то кривовато ухмыляются... Что - не согласны? Ну еще бы! Насколько я знаю, еще никто не стал Почетным Членом Правления за десять месяцев. Еще ни у кого из дистрибьюторов доход за первый год с момента прихода в «Тяньши» не превысил миллион долларов. Ни у кого! Позже - гораздо позже! - да, безусловно. Но не в самом начале своей карьеры дистрибьютора «Тяньши»...

Но ведь примерно так иногда у нас и рассказывают новичкам о нашем бизнесе. Приблизительно с такими же (или близкими) расчетами. Из которых следует: чуть-чуть нужно пахать вначале, несколько месяцев, ну-с полгодика, в крайнем случае, с годик. Зато потом - всю жизнь уже ничего не нужно будет делать! Деньги сами просто рекой потекут - только успевай карман подставлять и счета в банках открывать. Знакомо? Было такое?

И, окрыленный этими расчетами, новичок начинает пахать! Всерьез! Квартал пашет, полгода, год... А потом приходит к спонсору. С вопросом: где его миллионы? Обещанные ему год назад... Делает все вроде бы правильно, как спонсор говорит, как на обучающих семинарах «Системы Успеха» рекомендуют, деньги кое-какие действительно есть - но до миллионов пока что далековато. И работать приходится постоянно - иначе и этих денежек не будет... Так что отдыху на Канарах пока что приходится обождать. Да нет - ездить-то ездит - но за свои, кровные! С кровью от сердца отрываемые! У супруги, в смысле... Или-у супруга. Что немного проще-но все равно неприятно... И Почетный Член пока что где-то там, в мечтах, пребывает... И новичок - точнее, уже бывший новичок - начинает костерить все эти расчеты и арифметику в целом. Вранье все это, в общем! Все - неправда. Все - неправильно! А спонсору и крыть-то нечем. Потому что какое-то время назад спонсор сам с такими же вопросами к своему спонсору приходил... И так же - не получил внятного ответа: почему эти вроде бы абсолютно правильные арифметические расчеты никогда не подтверждаются в жизни? Никогда!

И хорошо еще, если только этим всплеском эмоций дело и кончится, и человек останется в «Тяньши». Но ведь очень часто уходят. Статистика (для сетевого маркетинга в целом, не только для «Тяньши») примерно такая: через год остается около одного процента. Всего! Если вы помните, когда пару лет назад впервые ввели обязательное ежегодное подтверждение контрактов (т.н. «пролонгацию») с ликвидацией «мертвых» номеров, считалось хорошим результатом, если в организации осталось 3% от ее первоначального списочного состава. Всего 3%!.. Очень мало, да? В чем дело-то? Спонсоры плохо работают со своими структурами?

Не все так просто... Есть такая наука - социальная психология. Это раздел психологии, изучающий поведение человека в обществе, в т.ч. социальнопсихологическую структуру общества в целом. Как вы думаете, сколько людей готовы взять на себя ответственность за свою жизнь, за свою судьбу? Полностью? На себя? Не ожидая при этом никаких подарков и помощи от государства в целом и его социальных институтов в частности (скажем, системы социального страхования или пенсионной системы) или любого другого «доброе дяди»? Итак: сколько? Половина? Треть? Четверть? Да нет, леди и джентльмены: социальная психология дает совершенно четкий ответ: от 3 до 5% в разных странах, разных социальных системах. Всего-то: 3-5%! Все остальные 95-97% населения в той или иной степени страдают социальным инфантилизмом и неспособны, по существу, к самостоятельным действиям, т.е., что называется - профессиональные ведомые. Такова сложившаяся социально-психологическая структура общества. Не в России - в мире! В России ситуация, вероятно, даже похуже будет - из наших сограждан какие-либо потуги к самостоятельности несколько десятилетий подряд вышибали...

Ситуацию понимаете? **Лидеры стаями не летают. Это - товар штучный.** Но ведь нам-то нужны именно лидеры! Потому что организация и развитие бизнеса (любого бизнеса, не только сетевого!) требуют бесспорных лидерских качеств. И в этом смысле сетевой маркетинг - это бизнес сортировки: перебор многочисленных кандидатов в дистрибьюторы и отбор потенциальных лидеров. Одного, двух, редко трех из сотни. Как у Маяковского: «Тысячи тонн словесной руды слова единого ради»!

Но как же велик порой соблазн грести «широким замахом» всех подряд! Особенно у новичков. Руководствуясь лозунгом типа: «Нельзя квалифицировать всех людей в мире, но нужно к этому стремиться»! И неважно, что 99% их новоиспеченных дистрибьюторов все равно уйдут, причем большинство - в первые же месяцы...

Казалось бы - ну и что? Ушел один - придут десять других? Да нет, ребята, не все так просто: прийти-то новички придут - если вы работаете, конечно. Но: когда от вас уходит человек - это не он один уходит. Это уходят его близкие, его друзья, его знакомые. Уходят с негативом: все это ерунда, а не бизнес (это в лучшем случае), или просто откровенный обман. Они уже никогда не придут. Все эти десятки, а то и сотни человек. Ни к вам, ни в «Тяньши» вообще. Не забывайте: приходят-то люди к нам - а вот уходят они из «Тяньши»... А люди - если кто-то этого еще не понял - это наш самый ценный капитал. В любом серьезном бизнесе. А уж в сетевом маркетинге - в особенности!

Так в чем же дело-то? Что, арифметика неправильная? Да нет, леди и джентльмены - арифметика правильная. Все точно! Просто, пока вы считаете свою личную работу - хватает и арифметики. А вот когда вы начинаете просчитывать работу своей организации в целом, школьной арифметики уже маловато - нужна высшая математика. И вот тогда все становится понятно, все расчеты начинают четко соответствовать реальной ситуации. Посчитаем? Страшно? Не все знакомы с высшей математикой? Не пугайтесь - это она только так называется: «Высшая». На самом деле - все очень просто.

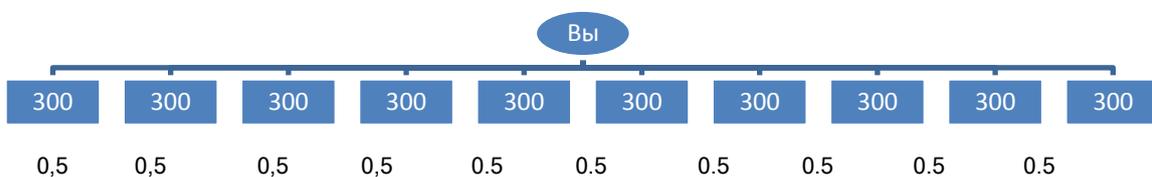
Итак: представьте, что к вам пришел новичок, подписал соглашение с компанией и сделал личную закупку на 300 объемных единиц (т.е. рв, как они у нас называются), на свой личный номер. То есть стал дистрибьютором в степени три звезды. Представили? Просто пока?

И еще к вам пришел новичок - и сделал все тоже самое. Таким образом, у вас в первой линии стало два новоиспеченных дистрибьютора трех звезд.

И точно так же - пришел третий, и четвертый, и пятый и т.д. Возможно такое? Конечно! Сразу оговорюсь - срок не ставим. Это может произойти и за месяц, может - и за год, а то и больше. Кто как работает, каждый - в своем темпе. Естественно, что далеко не все, кому вы рассказывали о бизнесе «Тяньши», заключат соглашение с корпорацией. Это - не для всех. Таких мы не считаем - считаем только тех, кто стал дистрибьютором трех звезд (или выше).

Да, кстати: а сколько у вас должно быть в первой линии? Минимально? Десять человек. А почему? Стандартная структура? Ну, это-то понятно - а вот почему? В смысле - почему стандартная структура требует не менее - подчеркиваю, не менее! - десяти человек в первой линии? Ну конечно: требования маркетинг-плана - десять человек в первой линии - необходимы для достижения самых высших степеней: Золотого Льва с пятью бриллиантовыми звездами, или Заслуженного Почетного Члена Правления (в зависимости от статуса дистрибьюторов вашей первой линии).

Пока все понятно? Тогда начинаем использовать ту самую высшую математику, точнее - теорию вероятности. Для наглядности нарисуем картинку: вы и ваши новые дистрибьюторы, ваша первая линия.



0,5 - вероятность продолжения, т.е.:

0,5 - начнет работать

Схема всем понятная, не так ли? А вот что за цифры «0,5» под каждым? А это, ребята, вероятность. Вероятность того, что он (ваш новоиспеченный дистрибьютор то есть) начнет работать. Уже непонятно? Все очень просто: например, человек загорелся вашим вдохновляющим рассказом о «Тяньши» и сетевом бизнесе, заключил соглашение, сделал сразу закупку на 300 рв (квалифицировался, как у нас говорят) и стал дистрибьютором трех звезд. Потом то ли сам остыл, то ли домой пришел, и там родные и близкие (обычно самые родные и самые близкие), покрутив пальцем у виска, на этих самых пальцах объяснили ему, кто он есть, и что они думают о нем вообще, и о нем в «Тяньши» в частности - и человек передумал. И его первая закупка на 300 рв стала и последней. Работать он так и не начал...

Бывает такое? А как же! То, что человек квалифицировался, еще ничего не означает: он может начать работать, а может и не начать. Т.е. у него две возможности, два варианта: начать работать и не начать работать. В общем, как в известном анекдоте:

Что вы умеете делать?
Могу копать!
А что еще?
Могу не копать...

В первом приближении оба варианта равновероятны (не будем усложнять задачу влиянием мотивации со стороны спонсора и демотивации «родными и близкими» - статистически это все сглаживается). В терминах теории вероятности это означает: вероятность того, что он начнет работать, равна 0,5: у него всего два варианта - начать или не начать. Это понятно?

Тогда поехали дальше. И у второго дистрибьютора вероятность того, что он начнет работать, тоже равна 0,5 - поскольку оба эти события независимы. И точно так же - у третьего, четвертого, пятого и т.д. - т.е., для любого нашего дистрибьютора вероятность того, что он начнет работать, равна 0,5.

Но нам-то интересно, чтобы **оба** наших первых дистрибьютора начали работать - а не только один из них. И тогда эти события - то, что они оба начнут работать - становятся связанными, взаимозависимыми. И тогда вероятность этого события - что оба дистрибьютора начнут работать - равна произведению вероятностей каждого отдельного события, т.е.:

$$P = 0,5 \times 0,5 = 0,25, \text{ где } P - \text{ вероятность (от probability).}$$

Это понятно? Поясню: вероятность одновременного происхождения двух взаимосвязанных событий равна произведению вероятностей каждого. Такова математика - не будем проверять теорию математической статистики, хорошо?

Точно так же: если мы хотим, чтобы все три наших дистрибьютора работали, вероятность этого события равна

$$P = 0,5 \times 0,5 \times 0,5 = 0,125$$

Соответственно, для четырех, пяти, шести и т.д. дистрибьюторов: итоговая вероятность равна $0,5^n$, где n - число дистрибьюторов.

Таким образом, вероятность того, что все десять дистрибьюторов нашей первой линии начнут работать, равна $0,5^{10}$, т.е. **0,0009765625...**

Что это означает, понятно? Пока не очень, да? Объясняю: **если мы хотим иметь в первой линии 10 работающих дистрибьюторов, нам нужно подписать в свою первую линию и квалифицировать 1024 дистрибьютора** (т.е. $1/0,0009765625$)!

Вспомнили статистику - в среднем остается один из ста? Вот эту самую цифру мы с вами и получили: подписали и квалифицировали примерно тысячу дистрибьюторов, из которых реально будут работать только 10. Такая вот математика получается... А это совсем не четыре подписанных дистрибьютора - и бесконечное блаженство на Канарах или Гавайях, солидный банковский счет и т.д., и т.п. Это - работа. Всерьез и надолго!

Цифра, конечно, немалая, но вроде бы не такая уж и большая. Потому уточню, если кто-то еще не понял: это не просто новые дистрибьюторы в вашей организации - это именно ваши новые дистрибьюторы! Ваши прямые дистрибьюторы! Подписанные вами лично! В вашу первую линию! Теперь цифра понятнее?

Представим, что мы подписываем и квалифицируем десять человек в месяц (еще раз напомним - цифра, конечно, немаленькая, но реальная). Тогда получаем: $1024/10 = 102 \text{ месяца} /12 = 8,5 \text{ лет}$.

Итак: восемь с половиной лет! Ежедневно вы перебираете десятки кандидатов. Чтобы отобрать из нескольких сотен кандидатов тот десяток, который реально начнет работать. Чтобы через сколько-то лет работы создать эту самую систему постоянного экспоненциально растущего долговременного дохода. А сколько - эти самые «сколько-то лет»? Еще раз повторю: каждому - свое! Кто как работает - так и будет двигаться. Кто-то - пролетит! Кто-то - проползет. А кто-то - и уползет... Совсем...

Теперь понятно, почему в России пока что нет ни одного Золотого Льва с 5-ю бриллиантовыми звездами, хотя их уже немало в Китае? Понятно, почему нет пока что ни одного Заслуженного Почетного Члена Правления? Нет не только в России, но и вообще в мире, в т.ч. и в Китае (хотя, насколько я знаю, в Китае есть уже дистрибьюторы, очень близкие к достижению этого звания)? Время! Всего-навсего - ВРЕМЯ! Просто их время еще не пришло. Они будут - но немного позже. Законы математической статистики - штука серьезная. Нарушить их нельзя. А вот обойти?.. А почему нет? Подумаем, как?

Прежде всего - обратите внимание, что из всего вышесказанного следуют два вывода. Один, в общем-то, очевидный, и о нем мы уже упомянули в самом начале нашей встречи: **сетевой бизнес - это не система быстрого обогащения, это система создания стабильного, долговременного постоянного дохода.** Те, кто этого до сих пор не понял - скорее всего, ошиблись дверью...

А вот второй - гораздо менее очевиден, зато гораздо более конкретен: **важно не то, сколько к вам придут, важно - сколько с вами останутся!** Не совсем понятно, не так ли? Казалось бы - чем больше к нам приходят (сразу оговорюсь - говорим только о тех, кто квалифицируется хотя бы на три звезды, контракты- «пустышки» - не в счет!), тем быстрее растет наша организация, тем больше наш доход. Так? Так - да не совсем.

Подсчитаем? Возьмем, скажем, среднюю цифру квалификаций в месяц (лично у вас, в вашей первой линии) - ну, скажем, три. Вполне реальная цифра, не так ли? Вы поднапряглись, работали вдвое больше - и у вас не три, а шесть квалификаций за месяц. Ваших личных, в первой линии. Возможно это? Конечно! Уболтать- то можно любого. В свое время ухитрялись ведь продавать холодильники чукчам и эскимосам! А уж если вы хоть немного владеете искусством элоквиции... Тем, что в просторечии определяется грубовато, но очень точно: «словесный понос»... Ну, тогда вам и карты в руки: квалификаций у вас будет - немеряно!

А вот каков результат? Групповой месячный объем вашей структуры увеличится на 900 рв (ну, может, чуть больше). Много это, или мало? Ну, как сказать: если у вас самого пока что только четыре звезды - наверное, заметно. А вот если вы хотя бы шесть звезд - то этот объем, скорее всего, не превысит 10% от ежемесячного объема вашей структуры. Я уж не говорю о статусах 7-8 звезд, почетных званиях: на этих уровнях такой прирост объема уже чуть ли не в микроскоп разглядывать нужно...

А как с точки зрения увеличения суммы вашего чека? Да тоже - не особенно... Потому как даже при статусе Золотого льва эта сумма составит всего-навсего $900 \times 0,41 \times 33 = 12177$ рублей. Как вы считаете: имеет смысл Золотому льву пахать вдвое больше за двенадцать тысяч «деревянных»? Ну - а на низших статусах соответственно и процент вознаграждения, и итоговая сумма ниже. Скажем, для тех же шести звезд - всего-навсего около 8 тысяч рублей. Всего... Ребята - но мы же с вами в «Тяньши» пришли не пособие по безработице зарабатывать, не так ли?

Итак: работаем вдвое больше - а результат увеличивается, в лучшем случае процентов на десять. Хотим увеличить прирост втрое - так соответственно, втрое больше и работать придется, в полном соответствии с законами линейного бизнеса! Уловили самое главное? Линейного! **Делая акцент в своей работе по развитию своих структур преимущественно на квалификациях новых дистрибьюторов, мы, по существу, используем технологии линейного бизнеса, отбрасываем основное преимущество бизнеса сетевого: возможность развития по экспоненциальному закону! Вот такой вот поворот... Неожиданно? Увы - математика - наука строгая, эмоциям неподвластна...**

А теперь представьте, что нам с вами удалось немного «поправить» статистику ухода. Помните еще, что в среднем остаются один из ста? Ну - и еще раз напомню, что по Марку Твену «есть просто ложь, есть ложь наглая и есть статистика» - т.е. статистика дает просто некую усредненную величину. И вовсе не факт, что конкретно в вашей организации эти цифры будут соблюдаться. Представьте, что в вашей структуре остаются не один из ста, а, скажем... ну - вдвое больше, конечно, очень хорошо, буду искренне рад, если вы сможете этого добиться. Но давайте начнем с малого - скажем, увеличим число остающихся всего на 10%. Т.е., оставаться будут не десять из тысячи, а всего-навсего на одного больше. Всего-навсего - на одного. Одиннадцать. Можно? Ну, а почему нет? Сделаем!

Что в результате? Вы считаете - увеличение на 10 процентов? Всего?!! А вот здесь, коллеги, все-таки вспомните, что мы работаем в системе сетевого бизнеса, который развивается по экспоненциальному закону. И что суммарное приращение результата равно произведению приращения на каждом этапе, умноженному на число этих самых этапов, т.е., в данном случае: $1,1^n$, где n - число уровней вашей структуры. И, например, если в вашей структуре десять уровней, то $1,1^{10} = 2,59!$ Итак: **мы стали работать всего на 10% больше, а скорость роста структуры увеличилась в 2,5 раза!**

Ну, далее легко просчитать, что если мы сократим число уходящих на 15%, то наша организация будет расти в 4 раза быстрее, а если на 20% - больше, чем в 6 раз! Что такое «увеличение на 20%»? Всего-навсего: из тысячи новых дистрибьюторов, пришедших в вашу организацию, останутся не 10, а 12. **Всего на 2 человека больше из каждой тысячи новичков...** Согласитесь - условие вовсе не чрезмерное, не так ли?

Осталось немного - получить ответ, как этого добиться? А вот в этом-то и проявляется личность руководителя, качество его работы с дистрибьюторами. Слышали, наверное, такой термин: «харизма»? А определить сможете? Нет? Не огорчайтесь - это действительно что-то почти неуловимое, присущее конкретному человеку, то, что делает

его неотразимо притягательным для остальных людей, его мнение - почти непогрешимым, его слова - почти откровением. Харизма - она либо есть, либо ее нет. Научится этому, к сожалению, нельзя. В «Тяньши» харизматичных лидеров много - но далеко не все наши топ-лидеры обладают этим неуловимым качеством. Кстати, определить их довольно просто: те, кто постоянно ходят на наши большие мероприятия (конференции, бизнес-семинары и т.п.) наверняка обратили внимание на то, что некоторых лидеров зал встречает восторженно, вне зависимости от того, кто к чьей организации принадлежит, а других - не менее шумно и эмоционально - но, в основном, дистрибьюторы их собственных организаций... Это я, кстати, к тому, что если не дано вам этой самой харизмы - не огорчайтесь: вы же не расстраиваетесь всерьез оттого, что у вас глаза не того цвета, губы не той формы, ростом, например, не вышли, или, например, как мне - медведь на ухо наступил и лапу себе сломал - ну и т.п.? Так уж получилось! Не всем все дается от природы.

Что делать всем остальным? А ничего особенного: работать со всей организацией. Со **всей!** По всей ее глубине - вне зависимости от статуса дистрибьютора и его уровня в вашей структуре. С точки зрения «классики сетевого маркетинга» совет слегка крамольный: обычно рекомендуют работать преимущественно со своей первой линией, ваша первая линия - со своей первой линией и т.п. Непосредственная работа с дистрибьюторами «в глубине» обычно не поощряется, что-то вроде: «Вассал моего вассала - не мой вассал». Историю средних веков вспомнили? Во времена феодализма примерно так же рассуждали. И оттуда же, из тех же времен вышла фраза, современный вариант которой звучит так: «Спонсор всегда прав!». Замените «спонсор» на «сеньор» - и получим исторический оригинал. И когда я слышу «Спонсор всегда прав!», мне всегда хочется спросить: «А почему, собственно?» - а вот это уже чистая крамола... По крайней мере для «классики» русского сетевого маркетинга - в англоязычной литературе я что-то таких утверждений не встречал...

Но вспомните простую истину: «Опереться можно только на то, что оказывает сопротивление!» Если ваши дистрибьюторы, не думая, просто буквально следуют вашим указаниям (чуть было не сказал - приказам!), просто слепо копируют ваши действия - значит, у вашей организации только одна голова. Ваша. Вы один думаете за всех. Один! Подумайте - считаете ли вы себя всеведущим, непогрешимым и всемогущим? Кстати, если да - когда вы в последний раз были у своего психиатра?

Конечно, я немного ерничаю, но дело-то в том, что система абсолютной безоговорочной и бездумной личной преданности - это феодальная система. А мы, вроде бы - занимаемся бизнесом... А бизнес и феодализм - вещи несовместимые. Потому как понятие прибыли в феодальной системе взаимоотношений - нонсенс, нечто невозможное. И феодальная система взаимоотношений сама по себе - антагонист любого развития... Так уж она устроена. И потому в конечном итоге всегда рушится, рано или поздно, т.к. не способна гибко реагировать на изменяющиеся обстоятельства. В переводе на нормальный язык применительно к нашей ситуации: игнорирование мнения всех участников, подавление их личной позиции своим авторитетом руководителя всегда есть давление, с какой бы благой целью вы это не делали. А психология нормального человека такова, что он всегда пытается вырваться из-под любого давления - даже если понимает, что это делается ему во благо...

И потому - самый простой и всем известный рецепт: будьте проще! В любом случае - каждый идет своим путем! Посмотрите на наших лидеров: каждый - индивидуален и неповторим, каждый - ЛИЧНОСТЬ. Кого из них вы сможете повторить, копировать? Да никого - не нужно даже и пытаться это делать. Хотя бы по той простой причине, что самая лучшая копия всегда хуже любого оригинала. Да, не нужно изобретать велосипед: любой первоклашка учит одну и ту же таблицу умножения, а не изобретает свою. Но когда птенец вырос - летать он будет на своих крыльях, а не на ваших и уж тем более не на веревочке. А не отпустите - не полетит! Дайте возможность развиваться каждому своему дистрибьютору по-своему, идти своим путем. Под вашим контролем, естественно... Ненавязчивым...

И в завершение: эмоции - важнейший инструмент сетевого бизнеса, строгий и точный математический расчет - его основа, его фундамент. Можно построить дом без инструментов? Наверное, можно - но уж очень долго, да и вряд ли хорошо получится. А можно построить дом без фундамента? Да тоже можно - вот только простоит-то он недолго! Вдохновляясь и вдохновляя эмоциями, руководствуйтесь, прежде всего, точными расчетами. Еще раз напомню: сухие цифры вашего банковского счета рожают гораздо больше эмоций, чем любая самая зажигательная речь.

Больших вам **работающих** организаций и огромных чеков!
С самыми наилучшими пожеланиями,
А.М. Покидышев