

Соколов Денис
Чёрные буйволы бизнеса



Введение

Однажды американский предприниматель сказал: «Если бы люди знали, как работает денежная система, революция началась бы на следующий день». Зовут этого предпринимателя Генри Форд. Вы думаете, он ничего не понимал в финансах и бизнесе? Конечно, понимал. Однако если вам скажут, что это относится и к сфере бизнеса, то вы вряд ли поверите этому сразу.

В моей книге пойдет речь о принципах работы западных компаний, продукты которых мы с вами каждый день едим, пьем, одеваем, смотрим и даже на них ездим. Я постараюсь рассказать и показать на конкретных примерах из жизни о том, как происходит управление компанией, как подбираются сотрудники, их рабочий день, и обо всем том, чем живут и дышат эти самые «буйволы».

Одновременно с этим будут рассматриваться взаимоотношения корпораций Англии и США с Россией, а также её предпринимателями. Будет затрагиваться геополитика, экономика, образование и многое другое. Почему именно буйволы, вы поймете уже через несколько страниц. Я обещаю приводить только факты и ничего, кроме фактов. Поэтому здесь вы не найдёте моих предположений или домыслов. Своё субъективное мнение я буду обязательно помечать отдельно. Всё то, что здесь описывается, применяется западными компаниями ежедневно и ежечасно.

К написанию этой книги меня подтолкнула тема на бизнес-форуме, в которой обсуждались сходства российских и западных методов управления. Один из участников форума высказал мнение, что «все методы, описываемые в популярных российских и американских книгах, вообще не применяются западными компаниями, и именно поэтому сходства нет практически никакого. Перелопатив сотни книг и сравнив их с принципами реальной работы, я понял, что западные компании пишут на экспорт одни книги, а работают и учатся совсем по другим. Бизнесменам США проще заплатить лже-ученым и бизнес-тренерам в России, чтобы они поддерживали созданные мифы, потому что так проще и дешевле выиграть в конкурентной борьбе с российскими компаниями».

Как я и ожидал, ни один из участников форума его не понял и не поддержал. Наоборот, посыпались обвинения и шаблонные высказывания «великих просветителей» из западных книг. Автор сообщения больше не отвечал на этом форуме. Важно помнить, что именно на таких форумах и сидят нынешние и будущие руководители, директора и управленцы самых разных уровней. Именно от них и будет зависеть в будущем процветание или крах компаний, рабочие места в наших городах и цены на продукты в наших магазинах.

Я с полной уверенностью хочу подтвердить тот факт, что западные компании никогда, я подчеркиваю, никогда не будут раскрывать эффективные и успешные принципы работы и достижения поставленных целей. Задайте себе вопрос: «Зачем им это нужно?» Чтобы другие смогли обойти их на рынке или переманили лучшие кадры? Чтобы конкуренты создали лучшие продукты и захватили новые рынки сбыта?

Для наглядности давайте вспомним всем известный пример с «нефтедолларом». Вы же знаете, что есть доллары на экспорт, которые называются «нефтедолларами», а есть настоящие доллары для самой США, её внутренней экономики. Так вот, нефтедоллары никогда не должны попасть на территорию США, в противном случае они выведут экономику из

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

равновесия. Зато в других странах этих нефтедолларов должно быть как можно больше. Именно за эти зеленые фантики (в эпоху компьютеров это уже просто виртуальные нули) США покупает абсолютно все: золото, нефть, газ, рабочую силу и так далее. Тем и живут безбедно. Для справки, если у вас есть доллары, но вы не живете в США и никогда там не были, то у вас именно те самые нефтедоллары, которые не должны никогда попасть в Штаты. Но мы сейчас не об этом. Мы говорим о том, что у западных бизнесменов есть вещи «для своих», а есть «для чужих».

То же самое с экспортом знаний по «эффективному» управлению и маркетингу. Есть знания «для своих», а есть знания «для всех остальных».

Давайте рассмотрим другой пример. Представьте себе боксера, который претендует на звание чемпиона мира и тренируется с утра до ночи. Через несколько недель будет проводиться бой, но неожиданно боксер выпускает книгу о том, как он сейчас тренируется, питается и как досконально изучает своего противника. В конце своей книги честно говорит всем, как он собирается выиграть бой у соперника. Более того, он в мельчайших подробностях рассказывает о разработанной им и его тренером тактике нападения, о найденных слабостях противника, да и вообще, заявляет, что получил травму и не сможет выступать в полную силу. А самое главное, он посылает свою книгу сопернику прямо домой. Смешно, не так ли? Тогда почему мы продолжаем верить, что нам наши западные «партнёры» с превеликим удовольствием всё расскажут в своих книгах, для того чтобы наша экономика и предприятия заработали и стали конкурировать с ними же?

Посмотрите вокруг, и вы увидите, что люди утонули во всех этих «умных» стратегиях развития, моделировании концепций, анализах срезов внутренней среды и прочего суррогата тех «знаний», которые нам, по сути, бесплатно раздаются. А бесплатно, как вы знаете, ничего не бывает.

Изучая принципы работы этих самых корпораций более десяти лет, я пришёл к выводу, что в России крайне мало людей, кто действительно понимает, с кем им приходится конкурировать даже у себя дома. Давайте смотреть правде в глаза, Россия и ваша компания, в частности, конкурирует каждый день с крупными западными компаниями. В данный момент есть лишь небольшое количество людей, кто понял суть происходящего, однако даже они молчат. Им кажется, что, если все говорят, что они не правы, значит, они действительно не правы.

Ещё Ницше сказал: «Пустые убеждения - более опасные враги для истины, чем ложь». Высказав однажды свою здравую мысль знакомым, человек получает в ответ, в лучшем случае, непонимание. Но если он говорит это в интернете, то слышит ещё и оскорбления в свой адрес и вообще перестает учувствовать в обсуждении.

Однако есть люди, которые ясно понимают суть происходящего, но не спешат рассказывать о своих умозаключениях всем и каждому. Да, их бизнес процветает, они развиваются и захватывают новые рынки. Скажите, какой им интерес рассказывать о своих методах, которые их и сделали успешными? Чтобы заработать несколько тысяч долларов на продаже книги? Нет, конечно. Им же не нужны конкуренты под боком. Разрывать шаблоны всегда тяжело, особенно, если они свои. Очень тяжело поверить в то, что перелопатив десятки и сотни «умных» книг, вы понимаете, что ничего так и не добились, а наши зарубежные авторы имеют хорошие продажи во всех странах мира. Как дополнительный заработок, они ещё проводят семинары и тренинги по «менеджменту», от которых российским предпринимателям почему-то легче не становится.

Есть такая поговорка в США: «Не знаешь, как заработать миллион? Напиши книгу «Как заработать миллион». Пусть не миллион, но этот метод действительно работает на ура, и практика это доказывает ежедневно. Потом наши предприниматели и бизнесмены упрекают себя в том, что сами, мол, глупые, не понимаем всей глубины мысли западных бизнес-стратегий и не способны достичь успеха американских компаний. Вот так и живём. Они выпускают сотни книг, проводят «тренинги», в которых даются лишь осколочные знания, замешанные на массе дезинформации. Эти знания в принципе не могут и не должны вывести на положительный результат. Но мы покупаем эти «знания» и впихиваем в себя тоннами, как тот генномодифицированный суррогат из полуфабрикатов, вместо здоровой пищи.

Я приведу ещё один реальный пример из спорта, который был в похожем положении. В СССР было время, когда многие люди увлекались каратэ, однако информации было настолько мало, что приходилось многое додумывать и фантазировать, а затем преподносить за реальность. То, что доходило до поклонников каратэ, тщательно записывалось в тетрадки. Среди всех спортсменов ходило устойчивое мнение, что настоящие каратисты могут легко побеждать троих, и даже пятерых соперников. Даже взрослые люди под тридцать и сорок лет в это верили и стремились к этим «идеалам». Но у них не получалось это, хоть ты тресни. Шли годы тренировок, а победить даже двоих трезвых хулиганов было крайне сложно, особенно если они хоть чуток умеют драться. Только десятилетия спустя люди осознали, что это был миф. Это был не более чем вымысел «каратистов-теоретиков». Когда же пришло осознание всех истинных возможностей каратэ и трезвый взгляд на вещи, то наши спортсмены стали побеждать уже у самих японцев. Теперь мы даже сильнее японцев в их виде спорта. Это просто факт.

Кто владеет информацией – тот владеет миром. Эту фразу придумали не мы, а они, на Западе. И я уверяю вас, что именно на Западе информация ценится гораздо больше, чем золото или нефть. Поэтому давайте вернёмся в реальность и вместе посмотрим на методы ведения конкурентной борьбы тех самых западных корпораций. Ведь именно они сейчас правят балом, имея львиные доли рынка практически во всех странах мира, и в России в том числе.

Мы не будем останавливаться на различиях между картелем и синдикатом, корпорацией и концерном, потому что различия между ними есть, но они настолько малозначимы для нас с вами, что понятней будет называть их «транснациональными корпорациями». Для разбавки текста, я буду называть их так: корпорация, крупный бизнес, западные партнеры, ТНК, крупные компании или просто западные компании. Прямо для того, чтобы у читателя не пестрило в глазах от слова «корпорация». Но в любом случае, мы будем говорить только о крупном бизнесе, который имеет непосредственное влияние на нас с вами, в какой бы стране мы с вами не жили.

Ещё я постараюсь не употреблять англицизмы, но иногда их всё же придётся употребить, чтобы, как ни странно, было удобнее читателю. Все эти «коучинги по мерчандайзингу корпоративного бредолизинга», откровенно говоря, сбивают с толку любого нормального человека. Как видно из сложившейся ситуации, люди вообще перестали понимать, что они делают в компании и какие перед ними стоят цели. Студенты слабо понимают, что они учат и для чего учатся. У людей появился некий вид спорта, кто больше вставит в свою речь иностранных слов, абсолютно не понимая их значений. Я обещаю сократить эти самые англицизмы до минимума.

И последнее слово перед тем, как мы начнём. Я прекрасно знаю, что все корпорации работают по сигмам, используя бережливое производство, канбан, информационные облака и другие

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

«умные» и интересные методы. Однако я не ставлю цель описать все эти процессы. Чтобы объяснить все эти принципы «от и до» нужно написать отдельные книги по каждому из них. Моя же цель состоит в том, чтобы рассказать вам о фундаменте, на котором стоит весь крупный бизнес на Западе и за её пределами. Частично будут мелькать и шесть сигм, и информационные «облака», и другие методы, но лишь для общей информации. Забегая вперёд, я хотел бы сказать читателю, что «шесть сигм» - это обычный свод разумных правил и принципов управления предприятием и людьми. И ничего сверхумного или необычного нет и быть не может. Логичнее и умнее здравого смысла Запад не придумал и не сможет придумать. Тем более все эти методы успешно применялись в России в определённый промежуток времени прошлого столетия.

Глава первая

Дешевле оболванить конкурента, чем с ним бороться

Давайте представим, что у вас есть станок, который лучше всего в мире обрабатывает дерево. Скажите, выгодно ли вам продавать свой станок и чертежи по его изготовлению той стране, у которой много дерева? Конечно, нет. Вам выгодней, чтобы всё дерево обрабатывалось только у вас, и никто в мире больше не имел такого станка. Очень обидно будет, если в той стране появится человек, который знает, как сделать копию вашего станка. Будете ли вы препятствовать этому? Конечно, причем всеми силами. Ведь в противном случае, вы потеряете свой бизнес.

Теперь давайте разовьём нашу мысль по предотвращению появления станков в других странах. Чтобы никто не подозревал, что ваш бизнес очень прибылен, нужно скрывать реальное положение дел. А лучше увести в сторону от мыслей о том, что ваша отрасль вообще прибыльна. Можно сделать так: распусть слух, что самый прибыльный и перспективный бизнес – это покупать и продавать виртуальные нолики в интернете. Главное, обменять свои настоящие деньги на компьютерные нолики и потом играть на разнице этих ноликов. И убедить, что это очень прибыльно, а также правильно оценить «рынки» и заниматься «аналитикой» Если не смог заработать, то ты сам виноват. Не хватает ума - не занимайся «бизнесом» вообще.

А еще лучше закидать ту страну такими «идеями», в которых бы они погрязли, не думая о ваших станках и не пытаясь их воспроизвести. У них есть дерево, а вот станки – это только ваш бизнес. Самые умные, кто будет подозревать о том, что это обман, и весь этот «бизнес» является лишь запудриванием мозгов, должны уяснить, что каждый миллионер начинает именно с этого. Да, придется врать, но вы же не хотите, чтобы ваши станки стали копировать по всему миру? Неужели вы не сохрете ради спасения своего бизнеса? Ради того, чтобы ваша семья ни в чем не нуждалась? Чтобы ваши дети ходили в лучшие школы и университеты? Ради миллионов, наконец?

Давайте вместе проведём эксперимент. Наберём прямо сейчас в Яндексе фразу «самый прибыльный бизнес» и откроем первый сайт, который нам покажет, что «учёные из

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

университета ООН (США) назвали самым прибыльным бизнесом ..., как говорит Задорнов, «набрали воздуха в грудь?», ... самым прибыльным бизнесом ученые из США назвали «строительство туалетов». То есть, американские «ученые» говорят русским предпринимателям, что самым прибыльным в мире бизнесом является бизнес по стройке сортиров.

Но это далеко не всё. Давайте введём другую фразу в тот же поисковик: «Идеи для бизнеса в России» и посмотрим на первый сайт в результатах на эти самые идеи. Сейчас я перечисляю, как есть, даже не меняя порядок:

- Разведение и сбыт пиявок
- Виртуальный огород на заказ
- Друзья напрокат как бизнес
- Продажа на улицах города горячих напитков
- Создание эчочеловеков, как нового вида сувенирной продукции
- Изготовление удилиц из бамбука
- Как заработать на Forex'e, не понимая его

И еще сотни таких же «идей». Скажите, вам смешно? Это было бы смешно, если бы не было так печально. На самом деле, страшно подумать, чем удобрены мозги подрастающего поколения предпринимателей.

Вспомним фразу выдающегося хирурга России Фёдора Григорьевича Углова, который сказал: «Алкоголь никогда, ни в одной стране не распространялся стихийно, а насаждался сознательно силами, враждебными обществу, с помощью лжи». Так вот с этими «идеями» та же самая ситуация. Они насаждаются сознательно, и у каждой такой «бизнес-идеи» и «учёного из США» есть имя и фамилия. Я вас могу также заверить, что живут они очень далеко от России. Как правило, в той стране, где самые лучшие станки по обработке дерева и где эти владельцы станков совсем не хотят появления конкурентов в России или любой другой стране.

Давайте сейчас вместе включим на минутку телевизор, переключимся на канал про животных и увидим очень интересный репортаж.

В Африке живут, среди прочих, и чёрные буйволы, которые страдают от того, что львы успешно охотятся на них и их сородичей. Догадайтесь с трёх раз, что придумали буйволы? Не догадываетесь? Буйволы стали собираться в стада по 8-10 особей и искать львиц с маленькими львятами. Ведь они понимают, что одна львица не может противостоять десяти крупным буйволам и львят она тоже не сможет защитить. А действуют буйволы так: отгоняют львицу от львят и начинают затаптывать маленьких львят на смерть. Затаптывают основательно, подпрыгивая и по несколько раз пройдясь по бездыханным тельцам львят, дабы они больше никогда не ожили. Буйволы инстинктивно понимают, что если они сейчас не затопчут всех детенышей, то они вырастут и станут мощными львами, и будут уже охотиться на них самих.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Поэтому цель буйволов крайне проста: нужно как можно больше убить львят, а ещё лучше всех, чтобы не осталось ни одного львенка.

Выключаем телевизор и возвращаемся в нашу, более жестокую и кровавую реальность, которая называется «жизнью». Если не получается конкурентов затоптать еще в детстве или утробе, то легче и дешевле увести их с правильного пути, правильных идей, чем потом думать, как победить конкурента. Это же так просто.

Я надеюсь, что у вас не осталось никаких иллюзий насчет того, что от вас, как от конкурентов, будут избавляться всеми способами, какими бы они жестокими ни были? А что уж говорить про «человеков», которые научились применять настолько изощренные виды борьбы с конкурентами, что самым жестоким животным это и не снилось. Ведь не родившийся противник – это убитый противник, а значит чистая победа. Разве есть разница, от чего не родился или умер конкурент? Его просто нет, и это для них, корпораций, самое важное. Как сказал Аль Капоне: «Ничего личного, это просто бизнес».

Теперь давай вместе откроем список под названием «Fortune 500», в который входят самые прибыльные компании мира, и посмотрим сферы их занятий, а также на тех «пиявок», которые их делают самыми могущественными компаниями мира. Итак, по отраслям и с моими комментариями:

1. Нефть. Вы сомневались, что «чёрное золото» является самым успешным бизнесом во всех странах мира? Контроль над ней даёт абсолютное преимущество перед кем угодно. Вот только интересно, почему учёные из США и университета ООН не оспаривают список, говоря, что тут должны стоять туалеты?

2. Газ. Если верить популярным СМИ, то наступает «глобальное потепление», однако газопроводов строят все больше и больше. Видимо, для того чтобы в пятидесятиградусную жару было чем отапливать квартиры и дома. Если говорить серьезно, то приходят многолетние холода, но дровами страны долго не обогреешь, потому что их просто нет. А тот лес, который остался, весь в Сибири. Всё равно все эти газопроводы, Набуки, Южные потоки – это удел неудачников. Реальные парни строят туалеты и разводят пиявок в виртуальном огороде, вместе с друзьями на прокат.

3. Ростовщичество. Мне сложно определить, что важнее «деньги или деньги»? Мне кажется, что деньги важнее, чем деньги. Шучу. Я не согласен со списком и поставил бы ростовщичество на нулевой уровень. Думаю, что банкиры скромничают, поэтому попросили поставить себя аж на третье место.

Вместо комментариев мы вспомним фразу Вудро Вильсона, 28 президента США, который сказал: «Многие из влиятельных людей в Соединённых Штатах в сфере торговли и производства боятся. Они знают, что существует сила организованная, наблюдающая, связанная со всеми и проникающая всюду, о которой они могут сказать что-то в её осуждение лишь шёпотом». Поэтому и мы не будем никого осуждать, а просто посмотрим фильмы «Деньги - пирамида долгов» и «Американская мечта / The american dream». Любители почитать найдут много интересной информации в книге «От разорения к достатку» А. Нечволодова.

4. Автомобилестроение. Передвигаться будут все и всегда. Хорошие автомобили должны быть красивыми и мощными. Эта отрасль является одним из несущих столпов любой страны. Если государство имеет своё автомобилестроение, то с полной уверенностью можно сказать, что оно играет важную роль на геополитической арене. Своего рода «визитная карточка» серьезной страны. Так как вид деятельности очень наукоёмкий, то выдержать конкуренцию - дано не каждому.

5. Страховые компании. До тех пор, пока будут риски, будет и страхование. А риски будут всегда и везде. Посчитав все маржинальные доходы, страховые сборы, нетто-комиссии и прочие инвестиционные доходы с сальдо, вы поймете, что данный вид бизнеса можно смело поставить на одну ступень с ростовщицеством.

6. Фармакология. Тут все просто и в то же время сложно. Чем хуже мы следим за своим здоровьем, тем больше нуждаемся в фармакологии. Невозможно сегодня представить ни одну страну, в которой бы этот вид бизнеса не процветал. Не очень понимаю, почему эта «отрасль» стоит на шестом месте, но составителям списка виднее. Лично я бы поставил её в один ряд с автомобилестроением.

7. Электроника. Почти без комментариев. Хотим мы того или нет, но люди меняют сотовые телефоны минимум раз в год. Если ещё подключить ноутбуки, планшеты и другую «живность», то имеем хорошие обороты. Кстати, еще недавно одна известная корпорация имела обороты сотовых телефонов, сопоставимые с автомобилестроением. На мой взгляд, седьмое место вполне заслуженно.

8. Еда. Такие мелочи, как нефть, газ, автомобили и прочее становятся не нужным, если мы не покушаем. Каким образом пищевая отрасль попала на галёрку – мне вообще не понятно. Если выйти на оживленные улицы больших городов, то мы не увидим ничего, кроме жующих людей. «Жевать всегда, жевать везде, до дней последних донца, жевать - и никаких гвоздей, лозунг людей без солнца". (Да простит меня Маяковский).

9. Химия. (Пищевая и промышленная). Половина спортивных успехов «захимичена». Все вышеприведённые сферы не проживут без химии и часу. Уверен, если говорить о значимости этой отрасли в сегодняшнем мире, то она должна стоять на первой строке безо всяких сомнений.

10. Алкоголь и табак. Это стратегически важные отрасли. Без них невозможно было бы уничтожить несколько миллионов индейцев и африканцев, да и вообще подрегулировать население стран-конкурентов. Смертность непременно должна расти в «нужных» странах и регионах, освобождая территории. Конкуренты-львята не нужны корпорациям. Затопчем, как только вылезете из утробы матери или даже в самой утробе. Главное, влить в людей побольше алкоголя. Читатель ведь знает, что если подмешивать метиловый спирт в «элитный» алкоголь, то «в меру» пьющий человек может потерять зрение уже через несколько лет. По вкусу и по запаху метиловый и этиловый спирты ничем не отличаются.

Вопрос к читателю: «Скажите, ведь есть разница между нефтяными скважинами и изготовлением удочек из бамбука? Есть разница между автомобилестроением и разведением пиваков с друзьями на прокат?» Конечно, есть, но важно объяснить людям из конкурирующей страны, что нефть, газ, автомобилестроение – это не ваше. В вашей стране традиций хорошего автомобилестроения нет, да и не будет. Ваша «традиция» - пить алкоголь и умирать пораньше, а желательно ещё в утробе матери. Надо вас убедить, что не нужно думать о прибыльных

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

отраслях. Нужно вам вдолбить, что ваше место – у туалета, ну или, на крайний случай, с пиявками в виртуальном огороде.

Не нужно искать сакральный смысл в том, что Россию хотят максимально ослабить, причём везде, где можно, и любыми способами: от развязывания внутренних войн, экономических потрясений и до насаживания наркотиков. Всё предельно просто. Есть конкуренция между странами и народами. Россия большая и богатая страна, которую населяют русские, татары, башкиры и другие народы. Но западным компаниям важно избавиться именно от русских, потому что остальные народы убрать уже будет гораздо легче. Метод избавления откатан на индейцах.

Бедные индейцы не смогли вовремя понять, что алкоголь с табаком завозился не по простоте душевной, а вполне с конкретной целью – уничтожить. Тётушка Тетчер страстно желала оставить не более 15 миллионов человек на территории чуть большей, чем Москва. Озвучивая планы элит, она ясно дала понять, что вся остальная территория России с её полезными ископаемыми должна принадлежать более сильным странам. А её коллега Сэм Кин на круглом столе у Михаила Сергеевича Горбачёва поддержал даму такой фразой «Мы должны говорить более открыто о половой жизни, контрацепции, об абортах, о важности регулирования рождаемости, потому что экологический кризис – это, короче говоря, демографический кризис. Сократите население на 90 % - и просто будет недостаточно людей, чтобы вызвать экологическую катастрофу».

Глава вторая

Если братаются два народа, значит, они идут против третьего

Зофья Налковская

Западные компании, решая выйти на российские рынки, ни под каким предлогом не заключают контракты именно с русскими предпринимателями. У них идёт чёткий отбор по национальному признаку. Допустим, вы очень хотите сотрудничать с иностранной компанией, доказываете свои навыки, прозрачность, честность, профессионализм и прочее, но она вам не отвечает, либо присылает отказ. Всего лишь потому, что вы по национальности русский, хотя вам этого никогда не скажут.

Западные компании будут стараться не работать с вами, если есть маломальская альтернатива. Не потому, что они вас боятся, а потому, что вам нельзя давать развиваться у себя же дома (опять вспоминаем индейцев). Нужно отдать контракт представителю другой национальности, желательно «не дружелюбной» к русским, но у которой есть интересы в России. А самое важное то, что с не русскими будет легче договориться, когда будет делёжка рынков и недр России. Им ведь нужны беспринципные партнёры, которые не будут обращать внимание на коренные народы страны, детей, беременных женщин, стариков и прочие «сентиментальности». Получается, «враг моего врага – мой друг».

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

В ход идёт любой метод, который позволит добиться максимального результата, то есть, убийство львят как можно раньше и как можно в большем количестве. Скажите, вы хоть раз читали про отбор по национальному признаку в книжках американских авторов или слышали об этом на их лекциях? Нет? Странно. Они ведь очень желают научить вас вести бизнес и прямо спят и видят, чтобы вы стали успешным и богатым.

Самое парадоксальное (или закономерное, если верить Тавистоку), что даже после этих строк далеко не все поймут, что это реальность, в которой мы живем или выживаем. Они будут крутить пальцем у виска и продолжат верить в меценатство Запада, пуская слюни при виде «светил» из Англии и США. Будут продолжать зачитываться их бестселлерами по «эффективному менеджменту» и «корпоративной этике», цитируя их изречения при любой возможности.

Хотите ещё один показательный пример того, насколько в России скудна информация даже об открытых и широко применяемых методах на Западе? Лично вы слышали про «шесть сигм» до того, как начали читать эту книгу? Только честно? А теперь наберите в поисковике термин «Шесть сигм» на русском и «Six sigma» на английском. Если сравнивать результаты и их качество на разных языках, то это примерно как сравнить земной шар и теннисный мячик, настолько скудна информация, которая есть на русском языке. О качестве вообще не приходится говорить. Я сделал приблизительные подсчеты, которые показали, что на русском языке этой информации примерно в триста сорок раз меньше, чем на английском.

Если представить, что мы говорим о книгах, то на русском языке всего одна книга на эту тему, а на английском - триста сорок. Это ещё раз доказывает тот факт, что в России, как и на любом другом постсоветском пространстве, нет достоверной информации о методах, которые применяются в западных компаниях. А то мизерное, что есть, оно не может и на миллиметр раскрыть суть этих методов, не говоря уже о том, чтобы научить применять их у себя в компании. В большинстве случаев это обычные выдумки, как и в случае с каратистами в вышеприведенном примере. Вам никто не будет рассказывать даже самую общую информацию, потому что никто не хочет конкуренции.

Россия в этом отношении далеко не единственная страна, в которой применяются такие методы. Это везде так: в Азии, Африке, Латинской Америке и т.д. Схема и тактика откатана много десятилетий назад.

Самым важным ингредиентом во всей этой «каше» является то, что Россия не имеет права печатать деньги в том количестве, которое требуется для экономики. Получается, западные корпорации имеют в своих руках не только вывезенные во времена первой и второй мировых войн технологии, но и отвоевали право на печатание денег в неограниченном количестве. Давайте себе представим, что началась очередная распродажа российских заводов. У вас в кошельке есть пара миллиардов, чтобы прикупить себе завод или фабрику? Уверен, что нет. А вот западные партнёры с превеликим удовольствием нажмут кнопки на компьютере, появятся виртуальные нули или, как сейчас принято их называть, «деньги», и они купят все заводы. Даже если продажа будет осуществляться резидентами и гражданами, то, найдя доверенное лицо и предоставив ему новенькие нули, они их всё равно выкупят. Более подробно о

применяемых схемах можно узнать из фильма «Бесценный доллар» и книги Анри Костона «Финансисты, которые управляют миром».

Вы же понимаете, что станки не должны появляться в России, ни под каким предлогом. А те станки, что остались, их надо выкупить, технологии вывезти, а заводы уничтожить на корню. Ведь если в России не будет работы, то и кушать будет нечего, а это значит? Правильно. Это значит, что львята даже рождаться не будут, потому что их матерям прокормить львят нечем будет. Вот именно об этом и говорила «железная леди» в своих выступлениях.

Глава третья

Не все ли равно, хитростью или доблестью победил ты врага?

Вергилий

Рассмотрим теперь избитое всеми слово «корру́пция». Само слово происходит от латинского «согипере» и означает «портить». Вот это и есть то, ради чего и подкупают чиновников, служащих и любого другого человека. Если вас подкупают, вы должны нанести **максимальный вред** подконтрольному вам объекту (стране, предприятию, учреждению и т.д.).

Захватывать новые рынки и природные ресурсы в других странах очень сложно, если там чистота и порядок. Как говорят в Штатах: «Если ты не можешь стать сильнее, то надо просто сделать противника слабей». Одним из выходов – подкуп нужного человека для того, чтобы он испортил подконтрольный ему объект.

Во всех СМИ преподносят коррупцию, как нечто плохое, но вроде бы и безобидное. Мол, ну подкупили, и что ж теперь? Ну да, слаб человек, берёт иногда деньги. Надо с этим бороться, но не сажать же теперь на кол за пару серебряников. Конечно, только никто не говорит о том, что само понятие «коррупция» означает обязанность «наносить максимальный вред». Если говорить о львятах и львице, то подкупленный чиновник-лев должен будет отравить всех львят или придушить своими клыками ночью, пока их мать спит, а отец сторожит территорию. И о том, что если человек взял деньги, то он теперь обязан что-то разрушить или уничтожить, но уже в людском мире. Ярчайший пример – СССР, когда буквально несколько человек смогло пустить под откос мощнейшую сверхдержаву, погрузив миллионы львят (детей) и львиц (матерей) в нищету и безысходность. Многие львы и львицы до сих пор помнят, как сбережения всей их жизни в одночасье превратились в бесполезные фантики.

Кто-то хотел купить машину, кто-то «стенку», а кто-то дачу. Давайте вместе вспоминать, у кого какие были мечты? А сколько ваших трудовых лет было уничтожено? Если посмотреть в масштабах страны, то миллионы. А ещё «львы» должны помнить, что к июню 1993 года один американский доллар стоил уже 1054 рубля. Вот такая вот простая арифметика. Одним росчерком пера Михаила Горбачева миллионы людей остались нищими. Уверен, что люди на всю жизнь запомнят «Павловскую» реформу, равно как и самого Валентина Сергеевича. Ведь совсем незадолго до своей «эпохальной» реформы, он получил повышение по службе, что и позволило ему «успешно стабилизировать денежное обращение в СССР».

Как показывает многовековая летопись наших предков, подкуп является стандартным и крайне эффективным средством борьбы с конкурентами. В западных новостях постоянно мелькают сообщения, что топ-менеджмент корпораций платил миллионные взятки в других странах. Цель была проста: не давать развиваться нужной отрасли в другой стране, а делать все возможное, чтобы ввозили только товары западного производства. Ну, сами подумайте, проще ведь подкупить нескольких чиновников, потратив на это даже десятки миллионов долларов. Теперь вспоминаем, что деньги печатаются в неограниченном количестве. Вы же знаете, что себестоимость стодолларовой купюры равна 6 центам, а компьютерного нуля-доллара – нулю. Удивительно, что стоимость нуля равна нулю, но за эти нули покупаются реальные богатства всех стран. Кто бы мог подумать, что мировую финансовую систему до такого абсурда можно будет довести. Так вот, за эти центы и нули они подкупают кучку людей, которые должны уничтожить целую отрасль в своей стране. А когда она будет уничтожена, то не останется иного выхода, как покупать товар у западных корпораций.

Нужно понимать, что новости о взятках служат для того, чтобы просто всем сказать: «Да, будем бороться с таким ужасным явлением, как подкуп чиновников в других странах». На самом деле, ни одно государство не будет даже штрафовать свой крупный бизнес за то, что он продвигает свои интересы за рубежом. Это все равно, что родители оштрафуют своего сына, который хотел заработать ещё больше и, оказывается, подкупил кого-то. Ой, как не хорошо.

Когда транснациональные корпорации настолько наглеют, что даже не пытаются скрыть аферы на самом высоком уровне, то другие страны начинают «жаловаться». В данном случае США уже не может не отреагировать на разбаловавшегося ребёнка (крупную компанию) и вынуждены хоть что-то сказать общественности. Последним таким «жестким» выговором правительство США сказалo всем своим детям (корпорациям), что будет их регулярно проверять.

Речь идёт вот о чем. В 2002 году был принят закон, который носит имя SOX-контроль. На русском языке он называется «Закон Сарбейнза – Оксли» или «Sarbanes-Oxley Act» (сокращенно SOX). Согласно этому закону корпорации должны регулярно проходить проверку «независимыми» аудиторами на предмет финансовых махинаций и манипулирования финансовой отчетности перед инвесторами. Давайте приоткроем занавес и посмотрим, как на самом деле аудиторы проверяют по «всей жесткости закона».

Представьте, что у вас есть пятеро детей: кто постарше, а кто моложе. И вот соседи стали жаловаться, что старший сын постоянно выигрывает в карты у соседского миллионера, а ваша дочь отбирает у школьниц тетрадки с домашним заданием, получая одни пятерки. Вам все жалуются, но вы на соседей не обращаете внимания. Однако в один солнечный день собираются все потерпевшие и приходят к вам домой. Плачут, рассказывают о бесчинствах ваших детей, размахивают кулаками и настоятельно требуют от вас действий. Вы клятвенно обещаете, что примите меры.

Рабочий день подходит к концу, вся семья в сборе. Вы садитесь ужинать со своими детьми и строго так говорите «Всё, добаловались! Теперь я попрошу тётю Машу и дядю Толика присматривать за вами. Они будут вам звонить каждый день и интересоваться, как вы и где вы.

И только попробуйте мне их не послушаться!» Дети послушно кивают головами, и инцидент вроде как исчерпан. Все дружно доедают ужин.

Вот так и работает SOX контроль, если кто не понял.

Оторвёмся на секунду и затронем аферы другого плана. Многие предприниматели в России смутно себе представляют, как их могут «кинуть» иностранные коллеги. Любой обман на Западе и приходящий с Запада – это, как правило, утонченная юридическая афера. Она относится как к обычным потребителям, так и к деловой среде. Крайне редки случаи грубого обмана, но они есть. Чаще компанией занимается команда лучших юристов, им ставится задача разработать договора или предложения, которые сложно будет оспорить в суде. Во всяком случае, в суде первой инстанции. До того времени, как высшая инстанция вынесет вердикт «виновен», подставная компания объявит банкротство, и ваши деньги уплывут на Теркс и Кайкос или остров Мэн.

И сейчас же ответим на измучивший всех российских инвесторов вопрос: «Почему инвестиции в западные компании не окупаются». Если перевести эту фразу на русский язык, то она звучит так: «Почему мы все деньги профукиваем и ничего не можем заработать». Дело в том, что никто вас не впустит в успешную западную компанию со стороны. Допускают «левых» инвесторов только к тем компаниям, которые не имеют значения для страны или региона и находятся на пороге полного разорения. Если владельцы уже поняли, что эту компанию не спасти, то ее можно продать. Лишь спустя несколько месяцев вы узнаете, что до вас эту компанию хотели купить китайцы, но отказались (потому что были умнее вас). Кстати, китайцы сейчас очень активно скупают все, что может принести хоть какую-то пользу. Это если кратко. Бывают исключения, но они настолько редки, что о них не стоит говорить. Но вернёмся к финансовым аферам.

Поэтому, если вы слышите, что ТНК подверглась огромным штрафам, и впредь её будут контролировать, то знайте, что это борьба нанайских мальчиков, ну или когда пчелы выступают против мёда. Время от времени приходят жутко независимые аудиторы и так же независимо уходят. Всё чисто, и все довольны. Игра продолжается. Корпорации постоянно создают хитрые схемы по привлечению огромных инвестиций обманными путями. Когда вкладчики понимают, что их надули, но деньги не вернут, то корпорацией придумывается эдакий «контроль самих себя».

Вы уже поняли, что крупный бизнес и политика – это две стороны одной медали. Государство – это крупный бизнес, а крупный бизнес – это и есть само государство. То есть, оно пообещало «эффективно» контролировать само себя.

Глава четвёртая

Конкуренция – экономическое людоедство в борьбе за монополию.

Равиль Алеев

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

«Эффективный менеджмент» – это легальная передача контроля над ресурсами и промышленностью западным корпорациям. Как результат для народа – затяжные девяностые годы, которые приведут народ в ситуацию, очень похожую на Африку.

«Эффективные менеджеры» - это явные или скрытые представители западных корпораций, которые отлично откатали программу на африканском континенте и некоторых азиатских странах. Теперь их задача заключается в применении этой программы уже на территории других стран.

Само слово «эффективный» нужно всегда брать в кавычки, принимая в расчёт тот факт, что эти «менеджеры» действуют эффективно не в интересах той страны, тех народов и наций, куда приходят, а в интересах ТНК.

Теперь вам становится ясней, почему западные страны так сильно поддерживают передачу промышленных предприятий России в частные «эффективные» руки? Они просто хотят выкупить все станки (читай «конкурентоспособные заводы») и разработки в стране и тем самым поставить уже в полную зависимость от себя. Ну не выгодно им, чтобы вы строили свои станки по обработке дерева. Давайте вернёмся лет на 15 назад и посмотрим, к чему привела приватизация промышленности в девяностых годах. Закрытые заводы и предприятия по всей стране. Если некоторые не понимают, «как так могло произойти?» и «кому это нужно было?», то теперь все предельно ясно. Это было нужно конкурентам, которые страстно не желали развития России. Теперь мы практически полностью зависим от их станков, и именно поэтому так «получилось», что Россия не производит ровным счетом ничего, выживая за счет экспорта природных ресурсов (нефть, газ и т.д.).

Интересен и сам принцип «эффективности». Скажите, если ваша мама заболела, то будете ли вы спрашивать ее: «Сколько ты заработала в этом месяце?» Вы можете сказать родной маме, что она теперь «не эффективна»? Уверен, что нет.

Посмотрите, как Запад категорически запрещает продажу заводов, патентов, разработок и стратегического оборудования странам-конкурентам. Ведь сколько раз Россия, Китай и страны персидского залива хотели купить заводы в Европе и США. Но такие сделки блокируются на высшем уровне. Поэтому, прежде чем компания сможет вступить в переговоры, она обязана получить разрешения всевозможных инстанций. Вспомните, как США запретили Германии продавать «не эффективного» автопроизводителя «Opel». Желание проявляла, прежде всего, Россия. После отказа России подключился и Китай, но и китайцам отказали. До сих пор «Opel» стоит на грани банкротства, постепенно закрывая свои производства в стране. Завод крайне «не эффективен», но продавать русским или китайцам его категорически нельзя. Ведь мы помним, что конкурент не должен заполучить станок по обработке дерева, иначе Запад потеряет свой бизнес, и вырастет новый и сильный конкурент (лев).

Даже если станок уже не прибылен, то всё равно его нельзя продавать. Ведь конкурент получит все разработки, и тогда автомобили в стране станут лучше. А если в самой России будут производить достойные машины, то кто тогда будет поддерживать американский или немецкий автопром? Рынок сбыта нельзя терять. Россия сейчас столько покупает американских и европейских автомобилей, что сама Европа уже не в состоянии себе это позволить. Так что, не дай Бог, если русские смогут восстановить автопромышленность. Это будет крах, прежде всего,

для Запада, а потом уже для Японии и Кореи. Вы теперь видите, сколько «заинтересованных» лиц собралось только вокруг российского автопрома? И как вы поняли, они все страстно желают вам «добра и процветания». Особенно в автомобильной отрасли. Самое примечательное, что они опять говорят одно, а делают прямо противоположное. Почитайте книгу «Краткая история неолиберализма» Дэвида Харви, в которой с упорством нам «доказывается», что всё покупается и всё продаётся.

Поэтому, как бы нам не вдалбливали наши западные книжки, бизнес-тренеры и партнёры, мы должны помнить, что именно у нас они хотят купить всё, но вот продавать свои разработки и технологии они не собираются никогда. Даже по той простой причине, что деньги сегодня не стоят ничего. Они могут напечатать ничем не обеспеченных фантиков в любом количестве, только это ничего не даст. Им нужны технологии, патенты и действующие заводы конкурентов. В эпоху глобализации - это является ключевым фактором.

Что такое «глобализация» на понятном всем русском языке. Глобализация — это искусственное стирание культурных, этнических, экономических и политических границ на планете. Цель глобализации сводится к тому, чтобы максимально упростить мышление людей, их жизнь, работу, язык, деньги и все, что можно. В общем, планета Земля — это один большой рынок, где есть только несколько продавцов. Можно сказать более «умно», что глобализация — это экономическая, политическая и культурная унификация. Кому как будет понятней.

Для примера возьмём куклу. Обычную детскую куклу. Очень невыгодно выпускать одних и тех же кукол с разным цветом кожи, разрезом глаз, размером губ и другими этническими особенностями. Подумайте, ведь дешевле произвести однотипную куклу, которую купят во всех частях планеты. Сейчас на Западе практически нет кукол с белой кожей, они все имеют темновато-желтый цвет и суженный разрез глаз. Если вы были в магазинах США или Европы, то могли в этом убедиться сами. Короче говоря, очень удобно, когда все люди во всех частях планеты выглядят, думают и едят одно и то же. Вы, как производитель, не заморачиваетесь на их «культурных особенностях» и продаете максимальное количество товара по максимальной высокой цене, так как рынок принадлежит либо вам, либо вашему партнеру.

Чтобы понять ещё лучше, представьте, что у вас есть пятеро детей. Каждый ребенок имеет свои особенности и пристрастия, свой характер и желания. Порой очень сложно родителям выбирать одежду, подарки и готовить еду для всех сразу, учитывая то, чтобы всем понравилось. Всем ведь сразу не угодишь. А вот было бы гораздо проще, если бы все дети имели одинаковые вкусы в еде, один размер одежды, все любили одни и те же мультики и ходили в одну и ту же школу. Экономия денег, времени и сил на лицо.

Глобализация искусственно насаждается крупными компаниями (транснациональными корпорациями).

Теперь мы плавно приближаемся к самим корпорациям (тем самым чёрным буйволам бизнеса). Давайте посмотрим, как они вообще выглядят. Средняя корпорация представляет собой компанию от 50 до 500 тысяч человек, которая имеет производства на всех континентах, и практически в каждой стране у них есть представительства. И дело тут не в том, что они размещают свои заводы и фабрики только в тех странах, в которых самая дешевая рабочая сила. Нет, они думают глобально, геополитически и стратегически. Кстати, чтобы больше узнать о геополитике, прочтите отличную книгу Е. А. Вандама «Геополитика и геостратегия».

Сегодня в одной стране дешево производить, но стоит через год-два измениться политической ситуации - можно потерять всё. Поэтому они разбрасывают свои заводы по всему миру. В их сферу интересов входит как можно большее влияние на политику той страны, в которую они приходят. Если они вкладывают миллионы и миллиарды в постройку производств и захват рынков, то поверьте, корпорации приложат все усилия, чтобы их вложения окупились. Даже если нужна будет революция и смена режима в той стране. Это уже вопрос цены.

Возьмите, к примеру, себя. Вы вложились в завод в своем городе, все уладили, всем дали на лапу (пока только так) и все начало работать. Тут приходит очередной чиновник к власти и говорит, что ваш завод ему очень мешает, потому что его брат собрался запустить точно такой же, и поэтому, он вынужден применить всю свою силу и закрыть ваш завод. Будете ли вы сопротивляться? Конечно, причем всеми силами. Так и корпорации, сделают всё, чтобы их миллиардный бизнес остался и ещё больше приносил прибыли.

Важно понять, что крупный бизнес непосредственно влияет на процессы политические и экономические. В идеале для самих корпораций – полный контроль власти во всех ключевых сферах.

Теперь давайте будем вместе и трезво разбираться в том, что собой представляют корпорации как внутри себя, так и снаружи. Дело в том, что они имеют несколько обликов, которые очень сильно отличаются друг от друга. Как человек. Дома вы один, на работе другой, с друзьями третий, а с детьми или родителями четвертый. Так и корпорации.

Важно знать, что любая крупная западная компания представляет собой смесь между управленцами, спецслужбами, финансистами, психологами и армией. Прочитайте предыдущее предложение ещё раз. Прочитали? Точно? Хорошо, поверю на слово. Потому что непонимание этого факта приводит к проигрышам национального бизнеса во всех странах мира.

Самое важное, чего действительно придерживаются чёрные буйволы бизнеса, – это смешанные стили в ведении борьбы с конкурентами. Для большего удобства и понимания, я снова возьму пример из спорта.

Есть разные виды единоборств: бокс, самбо, каратэ, вольная борьба и прочие. Выходя на ринг, спортсмен, как правило, подготовлен только по одному виду, допустим бокс. А против него выходит соперник, который хорошо владеет всеми вышеперечисленными видами спорта. Как вы думаете, кто победит, если бой будет проходить по правилам «смешанных стилей»? Смешанные стили – это когда можно бить не только руками, но и ногами, ещё можно бороться и заламывать руки и ноги. Так вот, в 99,9 процентах боксер-профессионал проиграет, даже если он будет титулованным чемпионом. Дело в том, что он не готов бороться на полу (в партере) и бить ногами. Не умеет делать броски и проводить болевые приёмы, как этого требует смешанный стиль поединка. Вот поэтому важно владеть несколькими видами единоборств, чтобы победить противника. В бизнесе всё то же самое. Западные компании всегда подходят комплексно к ведению борьбы. Если конкурент сильнее в боксе, то мы его будем валить на пол и там делать болевой прием. Если конкурент хороший борец, то мы не дадим себя повалить, а будем боксировать. Но самое интересное, что многие российские бизнесмены учатся только одному виду спорта, забывая про то, что поединок будет проходить по правилам смешанных стилей.

Я ведь неспроста привел пример из единоборств. Очень часто на «тренингах» руководителям компаний показывают фрагменты по «боям без правил» и изучают тактику ведения боя того или иного бойца. Сейчас многие могут покрутить пальцем у виска. Но поверьте, на войне все средства, а бизнес для них - это и жизнь, и спорт, и даже война. Рассматриваются и анализируются принципы, которые применил тот или иной боец. Разбираются случаи как выигрыша, так и проигрыша. Психологический настрой, поведение, реакция и многое другое.

Вы знаете, что на уровне инстинкта вы уже умеете нападать, убивать и защищаться. Жизнь - интересная штука, и никогда не знаешь, когда, где и с кем придётся применить те или иные навыки. Так вот цель корпорации – развить все эти инстинкты всем руководителям до максимального уровня. Принцип развития своих врождённых способностей можно сравнить с тренировками телохранителей для особо важных «объектов», когда в любой момент нужно будет раскрыть те или иные способности. Но обо всем по порядку.

Глава пятая

Борьба за жизненное пространство превращает его в безжизненное...

Неизвестный автор

Давайте сейчас остановимся на первом крайне важном пункте, без которого невозможно представить ни одну крупную компанию.

Разведывательное управление. Разведка, как и другие отделы, играют крайне важную роль в развитии компании. Чем она занимается? Отслеживанием любых изменений в компании конкурента: почему сменилось руководство, какие были для этого предпосылки, кто встал на его место, чем новый руководитель занимался раньше или почему произошло перераспределение обязанностей отделов, и прочее. Как только была собрана первая информация с «поля», созываются руководители всех подразделений, и на собрании ставятся различные вопросы. Также проигрываются различные варианты хода событий: как эти изменения могут повлиять на компанию, что следует предпринять уже сейчас, и многое другое.

Получается, что ваш конкурент ещё не предпринял конкретных шагов по отношению к вам, и даже нет никаких сдвигов на рынке, но уже сам факт изменения является сигналом к тому, что игра изменит свой ход. И конкуренты уверены на все сто процентов, что изменения будут. Вопрос только в том, насколько они изменятся и чего от них ожидать.

Представьте игру в хоккей. Если меняется тренер в команде, то изменится ли стиль игры команды? Конечно, изменится. Соперники стараются изучить прошлый его опыт и достижения, его характер и предпочтения, в общем, как можно больше собрать о нём информации. Если меняются игроки в команде, то команда, естественно, не будет играть как прежде, иначе какой был смысл в перемене игроков? Грядут изменения. И наша цель - узнать, какие это будут изменения. Если компания делает ход, то обсуждаются все возможные варианты выигрыша и проигрыша. Приглашаются математики и аналитики из различных сфер. Вопрос в том, насколько крупным является изменение и какое количество сторонних экспертов нужно пригласить.

Большинство читателей знает, что для того чтобы покупатель брал именно ваш продукт, нужно хорошо изучить менталитет (будь он не ладен) самого покупателя и подстроиться под него. Для таких целей можно даже пригласить и специалиста (лингвиста, психолога т.д.), который будет раскрывать все тонкости той или иной национальности, её языковые глубины и способы проникновения в эти глубины. Это сильно облегчит проникновение в разум потребителя и облегчит вдалбливание своих «ценностей», что подтолкнёт к покупке именно вашего продукта.

Часто западные компании на переговоры с партнёрами приглашают психологов под видом юристов, консультантов или личных помощников, дабы больше узнать о партнере или конкуренте. Помните, если вас приглашают на важные переговоры, то с точностью до 99 процентов среди этих людей будет присутствовать человек, который занимается изучением вашего поведения во время беседы. Этот человек является одним из лучших в своем деле, вы можете быть в этом уверены. Грамотные компании на Западе прекрасно это знают и подстраиваются под сложившуюся ситуацию. Это будет специалист по языку тела и жестам, а если вам повезёт, то он будет знать и ваш родной язык, хотя этого и не скажет.

Заметка для вас. Жесткое и бескомпромиссное давление в переговорах – это лишь часть игры. Перед каждыми переговорами их представители садятся и обсуждают несколько дней, кто, как и что будет говорить. Адаптированные сценки «плохой и хороший полицейский» тоже применяются. Поэтому перед каждыми переговорами нужно по максимуму разыграть все возможные сценарии. Важно, чтобы вы чувствовали тему и весь разговор в целом, а также не терялись при вопросе, к которому вы не были готовы.

Секрет проигрышей российских предпринимателей в переговорах с западными представителями кроется в том, что в России исконно никто не лицемерил. В этом просто не было нужды по многим причинам. На Западе никто и никогда не говорит то, что думает на самом деле. Они учатся играть роли, как это делают актеры. У них эта игра оттачивается много веков, и они с легкостью могут переключаться на нужный им персонаж как в жизни, так и на переговорах. Нужно заметить, что речь идёт о любых переговорах, как в бане и с девочками на изготовление одного или двух моторов, так и на стратегически важных сделках (заключение на поставку миллионов единиц продукции, которая обеспечит бесперебойную работу завода). О слиянии или поглощении речи уже не идёт.

В любом случае, на вас будет собираться любая информация, которая позволит изучить вас как можно лучше. Свои силы всегда ограничены, но есть же компании, которые имеют более широкую сеть по сбору и анализу нужной вам информации. Все без исключения компании прибегают к услугам поставщиков информации как до заключения сделки или переговоров, так и после них. Вообще сбор разного рода информации об интересующем их предмете, компании или человеке происходит на всех уровнях. Не стоит верить поговорке из очередной «умной» американской книжки, которая говорит вам: «Идеальный руководитель способен принять решение, не зная решительно ничего». Эта ложь настолько губительна для любого бизнеса, что вы даже не поймете, где оступились и почему прогорели. Ведь сами корпорации имеют по 12 глаз, как у некоторых пауков, и считают, что это совсем немного. Нужно ещё больше. Однако в книгах пишут, чтобы вы делали всё, не задумываясь, вслепую. Спросите себя, смогли бы вы дойти до цели, если бы закрыли глаза? Ну вот. А вам советуют именно так и поступить.

Если лично вы хотели бы стать партнером или поставщиком той или иной корпорации, то после подачи вашей заявки на вас будет собираться информация. Сколько лет вы работаете, есть ли задолженности перед государством или контрагентами, идут ли судебные тяжбы, какой у вас оборот и так далее. Чем крупнее ваша роль, тем больше, дольше и скрупулёзней будет проходить сбор перед принятием решения. Они вам, разумеется, доверяют и знают, что именно вы станете надежным партнером, но они хотели бы понизить риск, который может исходить от вас. Ничего личного. Бизнес и танцы, нужно ужинать отдельно.

Компаний, которые предоставляют такого рода услуги, не так много, и стоят их услуги достаточно дорого для небольшого или среднего бизнеса. Цены колеблются от десятков до сотен тысяч долларов, в зависимости от того, какую информацию вы затребовали. В пакет услуг входит: обороты, дочерние компании, судебные тяжбы, уволенные топ-менеджеры, структура, информация в интернете, личная жизнь руководства и так далее. В основном, такие компании напрямую имеют связи со спецслужбами разных государств.

Но есть компании и скромнее, которые предоставляют более легкую и доступную информацию. Я сейчас говорю о «ad hoc», что в переводе означает - «Для этой цели» (лат. Ad Hoc). К данным услугам информационного сбора прибегают, как правило, средние и мелкие компании. Допустим, конкурент выпустил месяц назад новый продукт, который не является стратегически важным для вас, но нужно знать отзывы клиентов в интернете о нём, чтобы подумать, стоит ли выпускать аналогичный или нужно сконцентрироваться на другой разработке. Сбор данной информации длится пару дней и стоит данная услуга в пределах пятидесяти тысяч долларов. Тут нет каких-либо четких расценок. Можно сказать, что это вид обычного фриланса, только более организованный и поставленный на поток. Кстати, вы также можете собрать фрилансеров, которые будут по вашему заказу отслеживать, сортировать и анализировать информацию. А можете основать компанию такую. Останется найти клиентов, кто будет заинтересован в таких услугах. В данный момент в России такие услуги не развиты, хотя частенько промелькивает разовая работа.

Подводя итоги о конкурентной разведке (не нужно путать с промышленным шпионажем, о нём пойдет речь ниже), я хочу заметить, что любой крупный бизнес должен вплотную работать со спецслужбами. Крупный бизнес является стратегическим для той страны, в которой он ведётся, и устранение конкуренции, как на внешнем, так и на внутреннем рынке, является первостепенной задачей.

Что касается промышленного шпионажа, то, во-первых, не хватит и трех книг на эту тему. А во-вторых, профессионал в этом деле расскажет гораздо больше и яснее. Со своей же стороны я вкратце опишу самые частые и распространённые методы «обыденного» шпионажа, с которым приходится сталкиваться почти ежедневно даже обычным сотрудникам крупной компании.

Собеседование. Дается объявление в интернете или газете на очень привлекательное место и с очень достойной оплатой. В нём расписываются все преимущества данного места и в конце приписка - «желателен опыт работы в данной сфере не менее 5 лет». Очень часто можно увидеть объявления, в котором указано, что требуется «доказуемый» успех в этой области. Вот как раз ваш доказуемый успех и будет интересовать корпорацию. Они постараются на

собеседовании выжать из вас максимум о вашем успехе. Разумеется, такого места, на которое вы пришли устраиваться, нет, и не было. Однако приходят сотни и тысячи резюме от соискателей, пригласив которых можно будет сделать кое-какие полезные выводы о конкуренте. Сам разговор может длиться около 2 часов, и у соискателя выспрашивают все, а в особенности про его работу в нужной компании. Не стоит упоминать о том, что в итоге ему просто скажут: «Большое спасибо». И попрощаются.

По статистике таких объявлений около 25 процентов от общей массы. Так как речь идёт не про соискателей, а про легкий и доступный вид сбора информации о конкурентах, то мы не будем углубляться в эту тему. Единственное что хочется ещё добавить, что размещение вакансий-пустышек очень часто используют для поднятия имиджа на рынке. То есть, ваши конкуренты должны думать, что у вас всё идёт очень хорошо. Вы развиваетесь, захватываете новые рынки и вообще процветаете. Как на самом деле у вас дела обстоят – конкурент ни в коем случае не должен знать.

Вирус от начальника. Ещё один метод сбора нужных данных. Узнается конкретное имя, фамилия и позиция руководителя какого-то отдела. Подделывается его имейл-адрес и отправляется его подчинённому, но с вирусом. Вирус блокирует компьютер на время, и идёт выкачка всей доступной информации. Переписка внутренняя и внешняя, чертежи, планы, заказы. В общем, всё, что попадётся под руку. В данном случае крайне сложно определить заказчика и найти хвосты, так как вирусы приходят из труднодоступных стран, типа Африки.

Звонок из Африки или Индии. Индия довольно хорошо говорит по-английски, и неискушенным сотрудникам трудно определить национальность по произношению. Звонящий всегда «глушит» свой номер телефона, чтобы вы не поняли, из какой страны звонят. Поднимает трубку, и вам очень поставленным голосом говорят, что на проводе представитель самого крупного в мире поставщика, и ему срочно требуется информация от вас. Он вам говорит, что никак не может дозвониться до вашего начальства (называет имя и фамилию) и поэтому «вынужден» обратиться за помощью. Надеется, что вы не откажете в столь важном деле. Затем он задаёт пару вопросов о текущем обороте компании, какие клиенты сотрудничают, открыла ли компания дочернюю фирму в такой-то стране и так далее. Вопросы могут быть от размера вашей зарплаты, до количества клиентов всей корпорации. До сих пор для меня остаётся загадкой, каким образом они выходят именно на новых сотрудников, которые уже что-то знают, но их пока можно взять «на понт».

Есть много других более и менее эффективных способов, но их все невозможно перечислить. Предоставим эту возможность профессионалам из отдела безопасности компаний и спецслужб. А сейчас поговорим о финансах.

Финансовый отдел. Сказать, что банки и корпорации тесно связаны между собой, это значит не сказать ничего. Они являются в принципе единым целым, выполняя лишь свои, чётко поставленные задачи.

Любой бизнес и затевается ради получения максимальной прибыли, а нередко и власти. Любыми методами. Кто на сегодняшний день отвоевал себе право создавать деньги из воздуха,

нажав только клавишу на компьютере? Правильно, банки. Поэтому обойти их стороной не получится при всём желании.

Все уже слышали об отрицательных кредитных ставках? Это когда вы берёте в банке сто рублей, а возвращаете, допустим, девяносто. Итого, вы взяли в банке «кредит» под минус десять процентов. Здорово? Конечно, здорово. Взять миллион в банке, промотать часть денег в кабаках и барах, а оставшиеся отдать назад. Чем не вариант? Только если вы так поступите, то вам придётся рассчитывать на порцию 7,62 (в народе называется «расстрелом»). Во всяком случае, так поступают в современном Китае. В России о таких «кредитах» вслух не принято говорить. Даже и в книгах такое редко встретишь.

На эти деньги вы обязаны построить завод, который предоставит рабочие места в стране и сможет конкурировать с глобальными игроками. То есть, ваши интересы должны совпадать с тем, кто вам даёт деньги. Западные промышленники и банкиры очень тесно работают друг с другом и одновременно друг на друга.

Финансовый отдел помимо отслеживания и контроля за состоянием кровеносной (финансовой) системы компании, обязан находить стратегических финансовых партнёров, которые имеют одинаковые интересы в тех или иных регионах и странах. Вместе всегда легче победить в борьбе, чем поодиночке.

Если не отрицательный кредит, то очень часто «своим» компаниям банкиры предоставляют нулевые ставки. Главное, правильно рассчитать, что ты можешь получить в итоге. Как только вы достигли успехов, то вы зарабатываете в десятки и сотни раз больше, чем, если бы тянули одеяло только на себя. Вспомните притчу про отца и его сыновей, которые часто ссорились. Она заканчивается так: «Когда вы действуете вместе в духе гармонии, вы напоминаете связку прутьев, и тогда никто не может победить вас. Но если вы начинаете ссориться, вас легко сломать по одному»

Я искренне восхищаюсь западными компаниями, их управленцами, терпению и умению налаживать нужные связи по всему миру. Руководители таких компаний отлично владеют тремя и четырьмя иностранными языками, что даёт им преимущество перед теми, кто ни слова не знает на языке стратегического партнёра. Часто позиция топ-менеджеров в компании держится на родственных связях, но и сторонних связей тоже хватает. Корпорациям очень важно, чтобы все сотрудники были заинтересованы в максимальном процветании бизнеса, даже если нужно будет сотрудничать со вчерашними врагами. Если врагам по пути, то они должны объединиться.

Когда требуется договориться с государствами, то это не становится проблемой. Корпорации не ставят вопрос: «Возможно или нет». Они ставят вопрос так: «Что нужно для того, чтобы достичь поставленной цели?» Специалисты из разных областей постараются продать вопрос в нужном ключе. Если всё проходит так, как они хотят, то корпорациям даётся земля в аренду, отрицательный, либо нулевой кредит, освобождение от налогов на ближайшее 50-100 лет и многое другое, что и описывает Перкинс.

Отдел психологической подготовки. Этот отдел является едва ли не самым важным в подготовке любых кадров, а тем более руководителей. Идеологию и «корпоративных дух» обычных сотрудников мы рассмотрим чуть ниже, а пока остановимся на подготовке управленцев.

В корпорациях есть регулярные занятия для руководителей, которые в девяноста процентах содержат информацию закрытого характера. Это именно та информация, которая ни в коем случае не должна попасть в книжки, статьи, журналы, а уж тем более в руки конкурентов из других стран. Рассмотрим снова хоккей. Тренер разработал план игры на следующие матчи, и он не желает, чтобы годы работы попали в руки команды-противника. Но для того чтобы запутать противника, можно «вбросить» в прессу новость, что, мол, украли план игры, и вы теперь на лопатках. Эти приёмы настолько стары, что любой сотрудник разведки даже не улыбнётся при этом. Но наши «менеджеры», «коучи» и «бизнес-консультанты» всерьёз думают, что им поставляют самую достоверную информацию прямо из кабинета руководителей транснациональных корпораций.

Спросите себя, как часто вы, будучи руководителем, проходили курсы или сдавали экзамены? Предполагаю, что в лучшем случае раз-два в год, либо вообще забыли, когда в последний раз что-то учили. В корпорациях все иначе. Все руководители обязаны минимум раз в месяц проходить какой-либо курс, занятие, экзамен, контроль или проверку. Во-первых, так компания должна ставить в известность о новых веяниях и изменениях в мире, дабы вовремя перестроиться и продолжать успешно вести бизнес. Если говорить на примере чёрных буйволов, то надо информировать буйволов-бойцов о местонахождении львицы с львятами, а также знать, когда они будут одни, без поддержки крупных самцов.

Во-вторых, руководители должны всегда быть в «боевой» форме. Все видели демотиваторы в интернете, где сфотографирован полицейский весом в 150 кг? Как такой, простите, хряк сможет успешно задержать преступника, не говоря уже о вынужденной пробежке при задержании? Так и руководители, они должны быть в хорошей физической и умственной форме. Они обязаны молниеносно реагировать на изменения и предложить дальнейшее развитие компании. А точнее, несколько вариантов, которые потом будут рассматриваться на заседании.

Отвлечемся? Даю вам ровно одну минуту, чтобы отгадать легкую загадку на внимательность: «На столе лежат две монеты, в сумме они дают 3 рубля. Одна из них - не 1 рубль. Какие это монеты?».

Но теперь рассмотрим более серьёзный случай из практики.

Произошло землетрясение в той стране, где у ТНК есть своё производство. Как любой производитель, вы также зависите от других поставщиков сырья или компонентов. И вдруг серьёзный «форс- мажор», который обесточил весь регион. Клиенты могут остаться без вашей продукции, а вы остаться без сырья. Положение серьёзное. Нужно срочно (прямо из постели) лететь на место и узнавать обстановку, принимать решения о поставках сырья из других стран или регионов. Да и много ещё чего. После первой помощи своей компании, вы должны отрапортовать совету директоров о ситуации и о проделанной вами работе. Разумеется, весь

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

совет директоров тоже будет поднят прямо из постели любовниц и в трусах доставлен в аэропорт, чтобы лететь на экстренное совещание. Это если очень кратко.

Вот для таких случаев и устраиваются регулярные мозговые штурмы. К слову сказать, все компании предлагают своим сотрудникам бесплатное членство в близлежащих спортивных залах. Мозг человека не будет работать хорошо, если человек регулярно закладывает за воротник, имеет ожирение и курит. Поэтому его физическое состояние должно быть в отличной форме. Но вернёмся к мозговым штурмам и занятиям.

Одно из таких занятий начиналось с тезиса, который был выдвинут Тавистокком в тридцатых годах прошлого века. Он гласит, что 92 процента людей не могут адекватно воспринимать происходящее вокруг них.

Согласно результатам исследования, абсолютное большинство людей просто ходит на работу, рождает детей, заводит домашних животных, ест, пьёт, смотрит ТВ и так далее. Но есть четыре процента, которые не относятся к этому большинству, таких в США называют «новичок-нахал» (амер. Fresh). Они не имеют глубоких корней или поддержки влиятельных семей, но достаточно хорошо образованы и целеустремлённы. Поэтому могут быть полезными более влиятельным людям. Из них получаются хорошие исполнители и руководители. Как правило, именно их ставят на роль «говорящих голов» в государствах.

Третья группа, это те оставшиеся четыре процента, которые, собственно, и являются реальным мозговым центром, переставляют фигуры на «Великой шахматной доске». Надеюсь, все успели прочитать труд «чёрного буйвола», который всю жизнь давил львят, львиц и львов в России? Кстати, именно его коллеги придумали бренд «Made in Germany». Кто не в курсе, то после второй мировой войны Германию обязали вешать бирку «Made in Germany» на все вывозимые товары. Это делалось для того, чтобы люди в других странах знали, что этот товар был произведен именно в Германии, и могли решать, притрагиваться к ним или нет. Покупать эти товары или обходить стороной. Своего рода клеймо прокажённого государства. Но уже после двух десятков лет промышленники смогли переломить мнение людей в противоположную сторону. Отныне товары «Made in Germany» означали «качество и надёжность». Но вернёмся к руководителям ТНК.

Обычных сотрудников регулярно заставляют оценивать своих прямых шефов. Опрос анонимный, и сами руководители не имеют доступа к результатам, так как они сразу уходит в отдел кадров, где работают психологи. Они анализируют мнения и настроения подчинённых, так как от них зависит качество работы на местах. Если сотрудники недовольны своим руководителем, то компания может принять решение избавиться от такого начальника, либо просто перевести в другой отдел. Ясно же, если командир не имеет авторитета в глазах солдат, то его приказания просто не будут выполнять. А если и выполнят, то с огромными огрехами.

Кстати, вам же нужны здоровые сотрудники? Вы же не хотите, чтобы они болели месяцами, а работа стояла? Значит, вы должны о них заботиться. Поэтому два раза в год абсолютно всем выдаются витамины. Как правило, это общеукрепляющие витаминные комплексы и кальций. Ещё регулярно раздаются маленькие книжки, в которых рассказываются о безопасности по

дороге с работы и на работу. Если в районе появляются клещи, или ходит грипп, то об этом также извещают всех без исключения.

Для владельцев корпораций и руководителей сам человек не играет по сути никакой роли. Играет роль только то, правильно ли он выполняет свои функции или нет. Хорошо он работает на компанию или плохо. Очень желательно, чтобы он никогда не болел. Именно от этого зависит прибыль компании. Вы можете быть замечательным папой, мужем, другом и братом, но это никого не интересует. Вы – действующий солдат и должны выполнять четко поставленные задачи.

Армия. По началу вы можете удивляться, для чего корпорации имеют в топ-менеджменте отставных или действующих военных начальников. Как генерал может знать тонкости ведения бизнеса, и что он вообще может посоветовать, не говоря уже о том, как руководить компанией. Дело в том, что военные знают, как правильно распоряжаться своими солдатами, оценивать преимущества и недостатки противника, отдавать четкие указания и требовать их немедленного исполнения. Именно военные начальники хорошо разбираются в стратегии, тактике и психологии противника и умеют разрабатывать планы наступления. Выбирать время атаки и рассчитывать, как нужно поступать в ситуациях, когда силы не равные, и прочее.

Многие отставные генералы могут не являться действующими топ-менеджерами корпораций, но именно к ним обращаются управленцы перед принятием решения и для разработки стратегии развития. Есть хорошая фраза величайшего русского полководца А. Суворова: «В бою смены нет, есть только поддержка. Одолеешь врага, тогда и служба кончится». Вы ведь уже поняли, что на Западе к бизнесу подходят как к войне, где нужна только победа. Где есть только побежденные и мёртвые, и есть победители. А кто лучше всех разбирается в войне? Только тот, кто воевал или воюет. В США даже есть такая поговорка: «Любое дело можно делать тремя способами: правильно, неправильно и по-армейски». Если нужно победить конкурента любым способом, то под «любым» подразумевают и военный способ.

«Мы отстали от передовых стран на 50-100 лет. Мы должны пробежать этот путь за десять лет. Либо сделаем, либо нас сомнут». Эти слова принадлежат Иосифу Сталину, который ясно представлял те правила игры, в которые играют глобальные игроки. Хотим мы того или нет, но в мире постоянно идут войны. Идёт борьба за господство над ресурсами, людьми, территорией. И этому уже давно не нужно удивляться. Это нужно принять как данность.

Задача многих наших «партнеров» действительно состоит в том, чтобы ослабить Россию, желательно обычной войной, потому что так быстрее и надежнее. Это совершенно нормально. Это конкуренция. Мы же знаем, что разницы нет, от чего не стало конкурента, ведь главное, что он исчез с рынка.

А если войной не получается, то нужно взяться за их детей. Ещё в школе нужно вдолбить, что создать семью – это очень опасно, и что нельзя рожать. А ещё лучше - убедить их сделать стерилизацию лет в десять. Разве животные до такого додумались бы?

Буйволы ни за что не додумались бы выпустить куклы для девочек от шести до двенадцати лет, которые имитируют поведение грудного ребенка. С первого взгляда, эти куклы вроде как

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

предназначены для того, чтобы дети уже в раннем возрасте поняли, что такое новорожденный ребенок. Если им купят такую куклу, то девочкам придется вставать по ночам от крика, успокаивать «ребёнка», кормить его из бутылочки, качивать на руках и так далее. То есть, детям в самом раннем возрасте нужно внушить, что новорожденные дети – это очень тяжело. Ведь неокрепший мозг детей на всю жизнь запомнит, что такое ночью услышать детский плач и подойти покормить куклу, пока та не перестанет плакать. Разумеется, что девочки в будущем просто будут бояться детей как огня, не говоря уже о том, чтобы самой забеременеть и родить. Очень тонкая работа психологов. Тут даже не нужно вспоминать высказывание Мисс Сэнджер, основателя федерации **планирования семьи** в США, которая сказала: «Высшее проявление милосердия, которое семья может оказать одному из своих малолетних детей, - это убить его».

Вы, случайно, сейчас не в шляпе? Жаль. Я хотел попросить вас снять шляпу перед достойными соперниками. Они действительно «молодцы». Умеют достигать поставленных целей не только с отдельными детьми и семьями, но и целыми странами и народами по принципу «разделяй и властвуй».

Я очень хочу остановиться на этом пункте, так как вижу, что абсолютное большинство не понимает сути этого принципа. Вроде всё понятно, что надо что-то разделить и потом властвовать, но вот как это происходит, часто люди не видят и не понимают. Особенно они не распознают это в обыденной жизни. Так как мы говорим про армию, то и пример возьмём из этой области.

Представьте, что вы король своей страны, в которой живёт ровно 1000 человек, и все они солдаты. Но не далеко от вас находится еще одна страна, в которой так же проживает ровно 1000 человек. Если сравнить армии стран, то они примерно равны по своей мощи. То есть, в случае военного конфликта с той страной, вы не можете быть уверены, что победите. Но вы страстно хотите завоевать эту землю, потому что там есть много золота, а в вашей стране его нет. Идти открытой войной на ту страну рискованно, можно жестоко проиграть. Но можно же подумать головой и пойти наименее опасным путём. Добавим ещё один пункт. В той стране, которую вы хотите захватить, проживают две разные национальности, но они живут мирно и не конфликтуют. Зная этот факт, вы можете применить принцип «разделяй и властвуй», То есть, вы договариваетесь с представителем одной национальности, и он начинает внутри страны собирать народ и требовать отделения от другой части своей страны. Ваш человек в той стране влезает на трибуны, устраивает шествия по площадям с требованием отделиться от основной части страны.

Теперь представим такой факт. Он сумел каким-то образом отделиться от основной части своей страны, и теперь из одной страны в 1000 человек, стало две - по 500 человек. То есть, теперь ваша страна имеет армию в 1000 человек, а прошлый конкурент был раздроблен на две части по 500. Чего вы очень и хотели. В данном случае вы теперь можете спокойно пойти войной, так как ваша армия гораздо больше, и у вас есть все шансы победить в любом военном конфликте. Что и требовалось доказать. А теперь вернёмся от теории, к практике.

Рассмотрим один факт: во всех экс-республиках Советского Союза День независимости - это независимость от России. И только в Белоруссии День независимости - это независимость от

немецких захватчиков. Вот наглядный принцип «разделяй и властвуй». Был СССР, который разделили на много мелких государств, которые поодиночке можно с легкостью поставить на колени. Теперь цель разделить уже саму Россию на ещё более мелкие государства. Что мы и наблюдаем в данное время.

Но мы не досмотрели кусочек той самой передачи. Я вам расскажу, чем она закончилась. Случается так, что некоторые львята успевают спрятаться в кустах и затаиться. Из кустов они наблюдают, как их братьев и сестер давят буйволы копытами, прыгают десятки раз по головам, выдавливая мозг, глаза и остальные внутренности. Спрятавшиеся львята смотрят на это всё и невольно запоминают. Как только буйволы удостоверились, что убили всех, один или два выживших львенка выйдут из кустов. После того, как они оближут головы своих убитых братьев и сестер, они будут долго скулить и желать, чтобы мертвые львята встали и снова стали играть с ними. Выжившие львята еще не осознали, что их братья и сестры мертвы, но они запомнят этот случай и будут знать точно, на кого им нужно будет охотиться. И чёрные буйволы это знают. Теперь начинается более жестокая борьба. Родятся другие, здоровые и умные львята. Они теперь будут более осторожными, и не будут отрываться от своих родителей. А львы будут тщательней присматривать за своим потомством и беременными львицами. Вот собственно так и заканчивается эта передача. А мы опять вернёмся к более кровавой реальности.

Если вы руководитель крупной компании, то обязательно посмотрите интервью с Дмитрием Олеговичем Рогозиным. Поверьте, там есть чему поучиться рядовому начальнику. Уравновешенный, дипломатичный, очень умный и уверенный в себе человек. Но если сорван план по стратегически важному объекту, то... ну, вы сами поняли. Посмотрите, как он говорит и излагает свои мысли. Вот именно такие руководители должны быть примером для очень многих предпринимателей.

Вы хотите просто взять и «слизнуть» всё с западных корпораций? Их продукты, стратегии, методы и другие мелочи? Так не получится. Невозможно сделать «на коленке» хорошую копию чужой разработки. Поверьте, чтобы копировать, нужно иметь хорошие исходные данные- план, чертежи, инструменты и, главное, знания. Вспомните, как ещё лет 15 назад Китай любыми методами старался проникнуть в европейские и американские компании. Сколько они потратили сил и денег на то, чтобы хоть как-то прикоснуться к разработкам западных промышленников. Однако Запад это очень быстро понял и поставил им железные преграды во всех сферах, вынуждая их пойти по другому пути. То же самое и с Россией. Никто и никогда не даст доступа к разработкам любой сложности, а те отбросы знаний, которые сейчас завозятся в страну, не имеют ничего общего с реальным положением дел. Поэтому нужно поднять все свои, пусть и старые разработки, чем тщетно гоняться за нужной информацией годами. Можно очень сильно проиграть во времени, которого зачастую ни у кого нет. Конкуренты не дают передышек, а судьи, как на ринге, тоже нет.

Самое интересное, что конкуренты кропотливо изучают победы и стратегии русских полководцев, а сами русские даже не обращают на них внимания.

Вернёмся к конкуренции в обычной и корпоративной жизни. Побеждает всегда сильнейший, и другие страны и корпорации почему-то это знают. Вообще не нужно думать, что быть добрым - это значит быть слабым и глупым. Если вы не задираетесь и не провоцируете драку, то это не значит, что при нападении нужно стоять и ждать, пока вас будут бить. А потом кричать на каждом углу, что вы потерпевший. Кто мешает включить голову и делать ответные шаги или предотвращать такие ситуации? Надо самим становиться сильными. А вместо этого, мы погрязли в информационном бреде, который вдалбливается в наше сознание из «умных» книжек и фильмов западных авторов. На Западе возвращают очень грамотных бойцов во всех сферах, с которыми работают хорошие психологи и стратеги.

Если человек является мастером спорта по боевому самбо, то совсем не обязательно быть агрессивным и применять свою силу везде, задираясь и провоцируя окружающих. Но если доходит до самообороны, то тут как раз пригодятся эти знания и умения. Есть же поговорка: «Хочешь мира - готовься к войне», но мы про неё постоянно забываем.

Мы уже ввязывались в войны, где погибли десятки миллионов людей. Пока мы воевали, наши конкуренты строили небоскребы, покупали за бесценок и вывозили технологии, промышленное оборудование и многое другое. Не нужно думать, что борьба идёт только между Русским миром и Западом. Нет, идёт борьба всех против всех. Кто сможет грамотно занять позицию, скоординировать свои действия и договориться с партнёрами, а зачастую и соперниками, тот заслужит обычное право существовать дальше. Плачевный пример СССР и отличный пример развивающегося Китая мы все видим и знаем.

Знаете, какой критерий можно брать за основу, если нужно понять, правильно ли вы делаете или нет? Надо посмотреть на реакцию конкурентов. Если конкуренты недовольны и постоянно скалят зубы, значит, вы всё делаете правильно. Значит, надо продолжать в том же духе. Но как только вас начнут хвалить, то всё - быть беде. Значит, где то вы не доглядели, и нужно срочно искать пробоину или крысу. Можно пойти по методу наших друзей и возвращать крысиных львов. Жестоко, но практика показала, что это очень простой и в то же время действенный способ борьбы.

И последний факт про «военные» тренировки для руководителей корпораций. Вы знаете то чувство, когда вы с кем-то поссорились и больше даже не хотите видеться? Уверен, что знаете. Когда у вас возникает такая ситуация, то вы всеми силами избегаете встречи с оппонентом. Но корпорации учат своих бойцов-руководителей переносить эти ситуации и выходить из них победителями.

Для этого приглашаются психологи, которые разыгрывают очень неприятный разговор с человеком. После такого разговора любой человек будет обижен, но психологи назначают дальнейшие встречи для продолжения. И руководитель должен суметь совладать со своими эмоциями, разобраться в них и грамотно провести разговор. Если говорить о примитивных методах, то это что-то вроде натаскивания служебных псов. Псы должны спокойно видеть кошек и не рваться в погоню за ними. Тут тот же самый принцип. Человек должен унять свои эмоции и научиться спокойно работать с человеком, которого просто ненавидит, потому что в работе не должно быть никаких эмоций. Только выгода корпорации. Если вчера мы обсуждали

вопрос, как убрать конкурента с рынка, то сегодня мы можем сидеть с ним за одним столом и думать, как объединиться для подавления более крупного соперника. Вот и все. Никаких эмоций. Вы должны думать о компании, а не о себе. Вы – действующий солдат корпоративной армии.

Глава шестая

Мифология сейчас переживает не лучшие времена. Её многие принимают за реальность.

Вы видели хоть раз культуриста (бодибилдера)? Скажите, вы и, правда, думаете, что такие мышцы можно нарастить (накачать, сделать, наработать) за пару лет, не прибегая к серым и черным методам? На „youtube“ тысячи передач с тренировками самых крутых и накаченных парней в мире. Все любят посмотреть, как тренируется мистер Олимпия или Мистер Вселенная, но беда в том, что никто из ведущих ни разу не упомянет тот факт, что 80 процентов их мышц приняли такой размер от стероидов, метана и анаболических препаратов, которые они регулярно употребляют. Во-первых, никто не собирается рассказывать свои методы и средства успеха. А во-вторых, обсуждение этого запрещено по закону, потому что вся химия наносит непоправимый ущерб здоровью.

Молодежь, видя такие примеры и не зная всей подноготной, начинают тягать железо, надирать связки и сердце, поглядывая каждый час в зеркало, желая увидеть результат, как на плакате. Однажды к тренировочному залу подъехала «скорая» и вынесла молодого парня вперёд ногами. Его друг мне рассказал, что парень посмотрелся видео про «сушку» мышц и решил попробовать сам. На практике «сушка» включает в себя, помимо прочего, пониженное потребление воды, чтобы мышцы выглядели красивее. Так вот, парнишка решил за раз обогнать мистера Олимпия и вообще перестал пить воду. Пришёл на тренировку, потягал штангу и ... чуть не отошёл в мир иной от истощения. Откачали, всё нормально.

Через пару лет усердных тренировок люди понимают, что такими темпами они далеко не уедут. Конечно, при правильном питании и тренировках у вас будет отличная фигура, вы будете хорошо себя чувствовать, и вообще повысится самооценка. На пляже все сразу увидят, что вы занимаетесь, и будут завидовать. Но чтобы встать рядом с теми мощными ребятами с плакатов, вам просто необходимо будет начать колоться химией. У вас не останется другого варианта, если ваши конкуренты «захимичены».

В бизнесе всё то же самое. Когда ты только думаешь о своем деле, или недавно открылся, то не знаешь всей подноготной этих серых и черных методов. Мне не хочется думать, что, дочитав до этой главы, ещё остались люди, которые сомневаются, что никто и никогда не будет вам рассказывать о своих успешных методах. Особенно американские книжки и великие маги-иллюзионисты «бизнес-тренеры».

И когда я смотрю на выступление очередного бизнес-тренера из США или Европы, гастролирующего по просторам России, то они мне напоминают тех исцелителей, которые заряжали воду через телевизор. А ведь народ верит в них до сих пор. Тависток тут везде прав. Но так хочется, чтобы это было не 92 процента, а хотя бы 80 или 70. Потому, что если в наших странах целых 9 руководителей из 10 будут продолжать верить в исцеление через заряженную

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

воду от западного бизнес-тренера или менеджера, то тут не остаётся шансов на здоровую промышленность и экономику.

Многие знают и понимают, что нужно объединяться, и хотят партнёрства с другими компаниями, однако предложения о сотрудничестве никогда не работают должным образом. Многие из вас пытались рассылать предложения другим компаниям, но крайне мало получали от них положительных ответов. Чтобы понять, давайте рассмотрим исследования на более простом, но очень показательном примере. По статистике всего 3 процента знакомств девушек с парнями на улице приводит к созданию семьи. Но знаете ли вы, какой процент создания семей, если молодые знакомятся на свадьбе? Он равен 60 процентам. Есть разница? На втором месте «по результативности» идёт знакомство на дне рождения друзей. Результативность около 50 процентов.

Углубляемся в суть. Дело в том, что на дне рождения или свадьбе настроение людей обязательно приподнято. Как правило, есть общий знакомый, который так или иначе может охарактеризовать интересующий вас «объект», рассказать о нём и вообще посоветовать или отсоветовать. У вас есть больше времени присмотреться к нему и понаблюдать за ним в данной ситуации. Не курит и не пьёт, да ещё и спортсмен? Тогда шансы на здоровых детей повышаются. Хорошая работа? Это плюс. Или он волочится за каждой юбкой и меняет девушек как перчатки? Даже время не нужно тратить.

Теперь выйдем на улицу. Тут слишком мало времени для того, чтобы оценить человека и сделать какие-то выводы для серьёзных отношений. Может быть, с вами знакомится преступник или наркоман? А может, он просто вас разыгрывает или вообще хочет что-то украсть?

Рассылка предложений о сотрудничестве, не зная лично руководства компании и не имея «посредников», походит на уличное знакомство. Как показывает статистика, шанс на успешное сотрудничество не более 0,4 процента, да и то при условии, что предлагающий умеет подобрать нужную тактику и слова. А чтобы отвечающая компания была открыта для идей, это большая редкость. Все боятся друг друга, никто не доверяет.

Как делают это «они»? Все, абсолютно все, крупные западные компании состоят в открытых и закрытых клубах, обществах, где «знакомятся», спрашивают рекомендации, присматриваются и делятся своими идеями и предложениями. Результативность в таких клубах высока, потому что именно для этого они и создаются. Членство - только по личному приглашению и у истоков стоят только «свои». Чужих туда никогда не пустят.

Какое закрытое общество на этой земле самое прочное? Конечно, это семья. В мире самый крупный капитал – это семейный капитал. Согласно исследованиям, от 4 поколения семья уже может играть роль на городском уровне. Если семья имеет твёрдый стержень, то уже к 6-7 поколению она может играть роль на государственном уровне в своей стране. Хотя далеко не каждая семья сможет остаться целостной в течение нескольких поколений. Для этого необходимо выполнить несколько важных условий.

Первое, идея существования семьи. Какая цель всех усилий объединения? Спросите себя, ставили ли вы цель для своей семьи? А ваши папы или мамы? А поставили ли цель вашей семье ваши бабушки и дедушки? Уверен, что очень многие ответят «нет». Второе. Не допускаются смешанные браки. Женихи и невесты только своей национальности, либо очень близкой. Третье. Самое лучшее образование, которое только может себе позволить семья на данном этапе. Четвёртое. Максимальное накопление семейного капитала. Его вложение и размеры определяются главами семей. Пятое. Как можно большее количество детей в семье.

Есть ещё один важный пункт, без которого невозможно становление – это жёсткое следование всем вышеперечисленным правилам. В каждой семье есть ещё некоторые другие правила, но эти базовые - есть практически у каждой. Единственное, чего нельзя найти о влиятельных семьях, так это конкретных шагов, предпринимаемых ими на разных этапах. Но база именно такова. Эти данные не являются секретом или чем-то необычным, так как достичь высот - дано не каждой семье.

Естественно, главы семей и корпораций женят своих детей. Вы не думайте, что эти традиции куда-то канули в лету или стали пережитком. Все эти «современные» смешанные, однополюсные браки и бездетные семьи - это для рабочего населения, которое ест фастфуд и смотрит телевизор. Как сказал Дэн Кеннеди: «У богатых людей - большая библиотека, а у бедных - большой телевизор».

Как мы уже рассматривали выше, в корпорациях на ключевых постах вы никогда не встретите людей другой национальности. Даже если есть достойная замена и выбор, то в ущерб интересам на посту будет оставаться только свой человек, своей культуры и происхождения. Преемственность и семейные связи играют колоссальную роль. Чётко соблюдаются правила доступа к информации именно из этих принципов.

Бизнес и доверие на Западе – эти понятия взаимоисключаемые. Само понятие «верить» в западной школе бизнеса отсутствует вообще. Пока пишу эти строки, у меня появилась аналогия, которой я хотел бы поделиться с вами.

Представьте, что вы пришли в магазин купить фотоаппарат. Тут к вам подходит человек, протягивает какую-то коробку и говорит вам: «Купите эту коробку у меня. Недорого». Вы на него смотрите круглыми глазами и ничего не можете понять. Вы приходите в себя и говорите ему: «Нет, я не буду покупать коробку, в которой может лежать всё, что угодно. Я пришел за фотоаппаратом, и вообще иди ты, куда подальше». А он вам в ответ: «Поверьте мне, там очень хороший товар. Не пожалейшь, дорогой». Представляете всю абсурдность ситуации?

А теперь вспомните новости, которые говорят о том, что «западные инвесторы поверили в экономику страны». То есть, инвесторы поверили человеку с коробкой и купили эту самую коробку. Не глядя. Они просто, не раздумывая, отдали свои деньги. Вот тут почему-то люди думают, что «инвесторы всем верят на слово». Получается такая картина, что нормальный человек не будет покупать коробку, в которой не знамо, что лежит, да ещё и у незнакомого человека. А вот инвесторы, у которых миллионы и миллиарды, они такие простые и доверчивые парни, что верят всем и во всем. Я придерживаюсь очень простого правила по жизни, если что-то противоречит здравому смыслу, то это ложь. Совсем не важно, человек

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

просто ошибается или умышленно хочет увести нас в сторону. Бизнес – это не религия. Тут нужна не вера, а трезвая оценка происходящего и аналитика. Те парни, кто вкладывает миллионы и миллиарды, они не наивные простаки, которые «не глядя» берут товар. Никто никому ни в чем не верит.

Единственное исключение - семья. Давайте опять вернёмся к «умным» американским книжкам, которые в один голос твердят нам десятилетия подряд, что никогда нельзя строить бизнес с родственниками. Они без устали тиражируют это «непреложное» правило, хотя сами делают всё с точностью наоборот. Запад ведь знает, что именно семья и есть та прочная основа любого бизнеса, которое обеспечит процветание. Но этого нельзя рассказывать «не избранным». Они знают, что если вы «не семья», то доверия к вам не может быть ни в коем случае.

Чужим веры нигде нет, есть общие интересы, и если они сейчас совпадают, то хорошо. Как только они перестанут совпадать, то мы можем стать по разные стороны баррикад. Чтобы этого избежать, и заключают брачные союзы между семьями и представителями «нужных» компаний и политических организаций. Если вы становитесь «семьей», то тут играют по совсем другим правилам. Эдакий зелёный коридор по жизни. Создаются семейные «конгломераты», которые не нужно даже фиксировать на бумаге. Все всё знают без лишнего шума.

Знаете, есть хорошая поговорка: «Лучше потерять с умным, чем найти с глупцом». Она означает примерное следующее: лучше взять на работу умного сотрудника и потратить время и силы на его обучение, но потом это всё окупится и принесёт большие плоды, чем взять обученного человека, но глуповатого, без перспективы на развитие. Так вот в корпорациях поступают именно так. Зачастую не важны ваши прошлые заслуги, важно то, что вы сможете принести компании завтра и через год. Если они видят в людях потенциал и преданность компании, то стараются «захватить» мозг сотрудника. Мы же помним, что мы на войне? А на войне каждый солдат ценен, и если солдат умеет гораздо больше, чем просто держать автомат, то это может пригодиться. Потери всегда были, есть и будут, а достойная замена – это кропотливый труд. Руководители всегда имеют список тех сотрудников, у кого есть те или иные достижения, чтобы в нужную минуту их применить.

А есть ещё одна поговорка: «Лучше взять глупого родственника, чем умного чужака». Вы не слышали такой поговорки и не встречали это в западных книжках по «эффективному менеджменту, маркетингу и коучингу»? Родственник будет просто своим человеком в компании и вашими ушами, глазами, а «умный чужак» будет работать на благо семьи. Чужому отводится роль умной и говорящей головы, но он всегда останется чужаком. Выполняешь хорошо свои задания – умница, не понравился – прощай. Но родственник продолжит работать в компании на должном уровне. Ему найдут посильную работу, и он тоже будет приносить пользу. Ещё глуповатого родственника можно разыграть, как карту. Можно выдать замуж или женить на ком потребуется. Главное, сделать так, чтобы он сам этого захотел.

Однако все, без исключения, рядовые сотрудники обязаны сообщать о том, если их родственник работает в этой же корпорации или хочет устроиться. Вас также могут отстранить от сделки, если в компании, с которой будет заключаться контракт, работает ваш прямой

родственник или хороший знакомый. Мы же помним поговорку: «Что позволено королю, не позволительно холоду». Управление компании – семья. Подчинённые – разрозненные сотрудники. Не дай Бог, если кто-то начнёт кучковаться в обычном отделе. Это пресекается сразу же и без всяких жалостей. Я думаю, что многие из вас смотрели сериал «Доктор Хаус» и помнят, что когда он стал «спать» со своей начальницей, то их обоих заставили подписать документ, который обязывает их исключать из рабочей жизни любые отношения и привилегия. Этот момент очень ярко показывают всю суть корпорации. Солдаты ни в коем случае не должны иметь чувств на поле боя. Если солдат убит или расстрелян, то никто не должен моргнуть и глазом. Все эти «сентиментальности» могут не просто подорвать боевой настрой, но и вызвать лишние эмоции, мешая ведению боя.

Самое сложное в случае с родственниками – это определиться с выполняемыми ролями и «иерархией». Хотите вы этого или нет, но два петуха в курятнике не бывает, и поэтому должны быть чётко расписанные роли.

И еще, даже со своей семьей в бизнесе не поддавайтесь эмоциям, а постарайтесь смотреть всегда правде в глаза. Правда как чеснок, жутко пахнет, но очень полезна. Прощать огрехи и не заострять внимание на оплошностях не означает их не замечать. Важно видеть четкую картину происходящего и распределённые роли. Вспоминаем русского полководца Суворова, который сказал: «Всякий воин должен понимать свой маневр».

Глава седьмая

Проблема не в том, что в мире так много лжи, а в том, что она пытается полностью его завоевать

Л. С. Сухоруков

Огромное количество информации, а точнее дезинформации, о происхождении крупных компаний сегодня ходит по всему интернету и кочует из книжки в книжку. Я не буду называть имён, но абсолютно все крупные игроки имеют скрытую от глаз сторону. Не оглашаются и основатели. Как правило, все те корпорации, которые существуют десятки и сотни лет, были созданы семейными кланами, закрытыми обществами, орденами и т. д. и не имеют ничего общего с теми красивыми рассказами об успешном старт-апе или гении-студенте. Это, примерно, то же самое, если сказать, что Газпром был основан одним прыщавым студентом, который начертил план оборудования по добыче газа, заложил дом родителей, взял кредит и первый галлон газа добыл у себя на даче. Все эти западные мифы служат двум целям: скрыть от глаз истинных владельцев, которые не хотят огласки. А вторая, это дезинформация конкурентов, которые будут с утра до ночи пытаться повторить «успех» студента. Ведь если ваш конкурент тратит силы впустую, то вы в это время продолжаете развиваться и укреплять свои позиции. А значит, время работает на вас.

Помните один важный принцип. Невозможно собрать с одного засеянного поля урожай, как со ста полей, не прибегая к ядохимикатам. Законы природы никто не отменял, как бы этого не хотелось некоторым. Если вам говорят, что один студент на стипендию смог создать социальную сеть, которой пользуется почти весь мир, то это просто увод вашего внимания в «нужную» сторону. Только это нужно не вам, а вашим конкурентам. Они создали нужный миф и «имидж».

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Как и следовало ожидать, корпорации сами являются клиентами «имиджмейкеров», которые вплотную сотрудничают с интернет-изданиями, ТВ, газетами, радио, кино и т.д. Для примера вспомним пару фильмов, в которых не просто рекламируют товар, а ещё и создают его имидж. Вы видели фильм, в котором главный герой возит на своем автомобиле опасные грузы, минуя полицейских? Этот фильм состоит из нескольких частей. Вообще таких «имиджевых» фильмов гораздо больше, чем вы можете себе представить. Как правило, фильмы такого уровня создаются под конкретный продукт, а не продукт вписывается в фильм. Не нужно путать причину и следствие.

Именно так работает и Голливуд на нужный имидж финансовой и политической систем сразу трех стран-партнёров. Посчитайте количество фильмов, где персонажи спят и грезят урвать именно миллион долларов. Как назло, этот миллион перемещают в чемодане. А кто не мечтал найти чемодан с деньгами? Вы не задумывались, почему именно чемодан, а не пакет, или просто взломать современный банковский счет? Если даже взять банковский счет, то тут нет осязание самой нарезанной бумаги (как бы это иронично ни звучало). Нужно дать понять людям, что доллар – вот он, осязаем, и его даже можно понюхать и потереть в руках. А нули в компьютере так и останутся нулями. Ради нулей никто не будет пристально смотреть за развитием событий в фильме. Вообще я опять вынужден признать тот факт, что в Голливуде сидят самые лучшие психологи в мире. Они настолько хорошо умеют вкладывать в голову людей нужные установки с помощью фильмов, что им могут позавидовать многие власть имущие других стран.

Ведь доллар и есть тот товар, который должен продаваться во всем мире. Надо вбить в головы зрителя, что именно доллар может быть таким желанным, а не рубль или иена. Именно доллар есть самое надежное, самое ценное, самое непоколебимое ничем. Надо учиться таким тонкостям у них, ну или знать, как они это делают. Где же все хорошие психологи России? Почему так мало людей пользуется их услугами? Ведь они так много могут рассказать о тонких материях души и желаниях человека.

Западные компании изо всех сил скрывают от посторонних глаз реальное положение дел как внутри компании, так и за её пределами. Именно корпорации стали заставлять улыбаться своих сотрудников, даже в самых плохих для клиента или сотрудника ситуациях.

В Соединённых Штатах ходит такая шутка:

Рот: Извините, мы обанкротили вашу фирму (Мозг: идёт милая улыбка).

Рот: А ещё, мы забираем ваш дом за долги (Мозг: опять улыбайся, хоть ты уже и привык отбирать у людей дома).

Рот: Вы теперь будете жить на улице (Мозг: улыбайся шире).

Рот: Желаю вам приятных выходных (Мозг: не забываем улыбнуться, ты только что оставил человека в нищете).

И так всегда и везде. Сотрудники обязаны излучать псевдо-оптимизм по отношению к своим партнерам и клиентам.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Если смотреть в самый корень, то привычка лицемерить пришла из Англии, когда англичанам приходилось идти на сраживание своих стран-конкурентов между собой. Невозможно хорошо врать и при этом показывать свои истинные эмоции. А что делать, если ты постоянно вынужден врать? Приходится учиться постоянно скрывать свои мысли, меняя даже свою мимику. Поэтому многие корпорации до сих пор обучают этому «ремеслу» своих сотрудников. Вот поэтому на Западе вам постоянно улыбаются.

Всегда делают вид, что все хорошо, что продажи растут. Нужно создавать информационный шум, который поможет компании достичь желаемого результата. Клиенты не должны знать истинные причины сбоя поставок, а сотрудники не должны знать, что их скоро уволят, потому что их работа будет заменена компьютером или сотрудником из Индии.

Если у корпорации на линии производства или складе произошёл пожар, то клиент об этом не должен знать ни в коем случае. Это будет держаться в строжайшей тайне, а отсрочку поставки товара спишут на перевозчика (мол, сотрудник отправил груз не по тому адресу). Если правда хоть как-то повредит успеху в дальнейшем или испортит образ надежного поставщика, то это будет рассчитываться как сильнейшее упущение. Виновных за утечку ждут крупные неприятности, вплоть до судебного разбирательства, которое может длиться годами. Все врут, и все будут врать. Они умеют это делать и очень хорошо владеют дипломатическими навыками, обучая этому ремеслу своих сотрудников.

Дипломатия – это умение красиво сказать человеку то, чего он совсем не хочет слышать. Этому нужно учиться и долго тренироваться. Вот на этом пункте хотелось бы остановиться и рассказать, как подходят в корпорациях к обслуживанию своих клиентов.

При любом раскладе, корпорация и её представители должны быть вежливыми, даже если клиент кричит и матерится. Клиент имеет право высказывать своё возмущение, но сотрудники ни в коем случае не имеют права вступать в перепалку. Всем сотрудникам неустанно повторяют, что в большинстве случаев клиент недоволен ситуацией, но не компанией в целом или самим сотрудником. Сотрудникам нужно всегда помнить, что самое важное – это не терять равновесие и спокойно завершить неприятный разговор (опять вспоминаем, что эмоции не самый лучший друг в бизнесе). Если дело принимает серьёзный оборот, то вы должны поставить вышестоящее руководство в известность, и уже на том уровне будет решаться вопрос о дальнейшем развитии событий. В большинстве случаев клиент получает разрядку, и всё встает на свои места. Никто не ссорится, и все довольны. Имидж компании не пострадал.

Информационные взбросы о состоянии компании для поднятия имиджа проводятся регулярно и запланированы минимум на два-три года вперёд. Это делается как для рекламы, так и для создания нужного образа в глазах потребителей. Как раз в тех закрытых клубах руководство и делится своими наблюдениями и опытом, который передается партнерам по бизнесу. Ведь они одно дело делают. Скажите, вот если у вас есть компания по производству компьютеров, то разве вы бы не сели за стол переговоров с производителем программных продуктов? Разве вы бы не захотели заключить «тихий» договор друг с другом? Конечно, захотели бы. Но вы не одни в своих желаниях. Именно для этого и существуют «клубы», где обмениваются опытом,

мыслями, идеями и иногда воплощают эти идеи. Правда, такие «идеи» называются «картельными сговорами», ну а кто о них узнает, если в клубе все свои?

Обмен опытом – это самый верный способ процветания любой компании. Сложно искать ценную информацию, если ею никто не делится. Не старайтесь найти мало-мальски полезную информацию в западных книгах или в популярных источниках (журналах, газетах и книжках-пустышках). Один из самых доступных каждому человеку способов – это перечитка огромного числа профессиональной литературы, желательно на разных языках. Затем сравнение прочитанной информации и её осмысливание. В итоге можно сделать для себя полезные выводы, которые пригодятся в трудовых буднях, но времени у вас уйдет немало. Поэтому передача знаний и опыта крайне важна. И не только в бизнесе. Остаётся только найти того, кто ею захочет поделиться. А пока идёт очень четкая тенденция на разобщение людей, дабы предотвратить появление конкурентов.

Часто приходится сталкиваться и с ошибочным мнением, что кляузничество среди западного населения появилось уже после второй мировой. На самом деле оно пришло гораздо раньше. Если быть точным, то ближе к концу девятнадцатого века, а отчизной являются все те же Соединённые Государства Америки.

Очень сложно управлять людьми, если те группируются и дружат между собой. Когда компании стали расти, то управленцы поняли, что не смогут влиять на массы своих рабочих. К каждому в голову не залезешь, а тут ещё и воровство набирает обороты. Воруют все, что попадает под руку. Время шло, но серьезных шагов не предпринимали. Однако когда люди стали устраивать неожиданные забастовки по поводу выплаты зарплаты, срывая планы производства, терпению пришел конец. С этой ситуацией нужно было срочно что-то делать. Поэтому единственным выходом стала травля рабочих между собой. Поводы придумывались самые разные, главной целью было: как можно больше отдалить рабочих фабрик и заводов друг от друга. Разбить их сплочённость, а в идеале перессорить друг с другом. Стали поощрять доносы. За каждую результативную жалобу на своего коллегу выплачивалась премия от 15 до 50 процентов месячной зарплаты. Это огромные деньги по тем временам. Людям это очень быстро понравилось, и пошла целая волна, которая не утихает до сих пор.

Все сотрудники в корпорациях и сегодня не могут доверять друг другу ни на грамм, так как знают, что среди их коллег есть доносчик. Но кто это может быть – предугадать очень сложно. В сегодняшнем мире «стучат» все и всегда. Это единственный и самый верный способ держать людей под контролем. Получается, что люди сами себя держат под контролем. Никакой дружбы на рабочем месте нет и быть не может. Такой же принцип поведения стал со временем выходить уже за рамки корпораций, поселяясь на улицах городов и деревень. Сейчас это стало частью «западной культуры». Услышал – донеси, донес – получи. Все эти «премии» никуда не делись, а живут и здравствуют, по сей день.

А ещё на Западе люди пожилого возраста помнят времена, когда по деревушкам ездили зазывалы, которые предлагали молодым бросить всё и податься в крупный город. Работу они не предлагали, но предлагали деньги... в долг и под проценты. Часто люди отказывались, потому что люди старшего поколения знали простой принцип: «Деньги под проценты равны

рабству». Цепочка не была прервана, и сложно было насадить ссудный процент даже деревенским жителям, чего ростовщики не ожидали. Нужно было как-то разорвать цепочку знаний, передаваемых из поколения в поколение. За менее чем десять лет, зазывалы сумели уговорить около 35 процентов сельской молодежи переехать в город и взять кредит. С этого начинается общая долговая яма, в которой сидит Европа, и по сей день.

Верхушке Запада давно стало ясно, что подменить ценности крайне сложно, если молодые живут рядом с родителями. Сейчас очень много говорят о том, что молодежь вообще перестала понимать и прислушиваться к своим предкам, хотя именно этого и добиваются очень многие заинтересованные лица. Разберём пример с алкоголем.

Как вы думаете, у кого легче отобрать сумку? У пьяного бомжа или у трезвого спортсмена-боксёра? Даже если нападающий не один, а с другом, то трезвый боксер не самая лучшая нажива. А теперь перенесёмся на уровень стран.

Если народ страны в массе своей пьяный, прокуренный и разобщенный, то ему абсолютно безразлично, кто находится на ключевых постах в нефтяной или золотодобывающей компании. У алкашей можно будет отобрать всё, что хочешь. А если не отдаст, то обменяет на бутылку алкоголя. У вас появляются идеи насчет того, кому нужно было вызвать алкогольную волну в начале девяностых?

Можно завозить в страну своих людей, которые быстро продвинулись среди местного пьяного и оскотинившегося населения, а затем распродадут все богатства в «эффективные» корпоративные руки. Надо разобщить поколения и нарушить цепь передачи накопленного опыта и мудрости от родителей к детям. Это называется «атомизация общества». Каждый сам за себя. Дети должны жить отдельно от родителей как можно раньше, и ни в коем случае не получать помощи от них, потому что они «взрослые». Эти установки надо вложить как родителям, так и вдолбить со школы всем детям. Так проще ими управлять. Очень важно нарушить передачу знаний и опыта от поколения к поколению. Опять нужно вспомнить львицу и львят. Если маленькие львята живут одни, то разве буйволам сложно будет их найти и затопать?

Народы сами себя уничтожат, так ещё и за бесценок раздадут все свои богатства, оставшееся в наследство. Вспоминаем теперь, сколько людей-алкоголиков было выселено незаконным путём из своих московских и питерских квартир? Принцип везде один и тот же. Когда человек пьян, то это не просто лёгкая нажива для обмана, но и исключительно привлекательный объект для «исчезновения». Ведь всегда можно сослаться на то, что человек выпил и, скорее всего, где-то умер от отравления (как травятся метиловым спиртом, мы уже знаем).

Задайте лично себе один простой вопрос и постарайтесь на него честно ответить: «Сколько хорошего, умного и продуктивного вы сделали в пьяном состоянии?» Каков ответ? Как правило - ничего.

А теперь спросите себя: «Сколько глупостей вы сделали в пьяном состоянии?» Вы же знаете свой ответ? Но если ещё вспомнить все те ситуации, в которые вы попадали из-за алкоголя, то

вывод можно сделать однозначный. И, о горе вам, если вы думаете, что вы контролируете свои желания и поступки. Совсем не случайно я говорю про алкоголь.

В случае с Россией «партнёры» делают ставку именно на алкоголь. Главное, внушить русским, что «выжрать» литр алкоголя натошак – это чисто по-мужски, и что пьянство и свинство – это чисто «русская традиция». Что «пиво без водки – деньги на ветер» или «не куришь и не пьешь – здоровеньким помрешь». Кстати, все эти поговорки придумываются не в России, а далеко за её пределами. Работают очень хорошие психологи. Сами подумайте, ведь такими поговорками вас ставят в психологический тупик. Действительно, ведь даже если мы не курим и не пьем, то все равно умрем. Вопрос только в том, когда и как: умереть в 120 лет от старости или в 16 лет от пьяных рук на улице? Ведь убивать пьяных львят гораздо легче, а самое главное, они сами себя будут по пьянке резать и давить.

"Русские! Я сейчас обращаюсь ко всем русским, жителей Украины и Беларуси на Балканах тоже считают русскими. Посмотрите на нас и запомните: с вами сделают то же самое, когда вы разобитесь и дадите слабину. Запад, эта бешеная собака, вцепится вам в горло. Братья, помните о судьбе Югославии! Не дайте поступить с вами так же!" Из последнего интервью Слободана Милошевича. Вот этой цитатой можно закончить данную главу.

Глава восьмая

По моему разумению, если начальство не делает нам зла, то это уже немалое благо.

Пьер Огюстен Бомарше

Вы ездили на машине с мигалкой? Если да, то вы знаете, что прежде, чем сесть за руль и включить эти «мигалки», вы должны учиться ездить на красный свет. Причем несколько месяцев. Если вам можно ездить везде, и вас должны пропускать, то это не означает, что вы можете делать то, что хотите и когда хотите. Вы должны уметь правильно распорядиться своими возможностями: знать местность; психологию водителей разных автомобилей; их тормозной путь; опасные повороты; места, где вашу сирену будет плохо слышно; реакцию пешеходов и велосипедистов; статистику аварий и многое другое. Если вы не учились ездить с сиреной, но сели и поехали, то вы можете сами стать участником тяжелой аварии. Быть может, уже вам понадобится скорая помощь.

Именно об этом нужно помнить всем руководителям. Если вы получили подчиненных, то это совсем не значит, что вы можете начать руководить, не имея понятия, как это делать. К сожалению, многие делают именно так.

Уже проела весь мозг фраза, которую произнёс И. Сталин, но абсолютное большинство директоров и руководителей просто не обращают внимания ни на фразу, ни на кадры, расценивая их, как средство утешения своего самолюбия. В этой главе я постараюсь рассказать о сотрудниках и подходу к ним в крупных западных компаниях.

Идеология сотрудников и преданность. Это самый важный пункт, про который не любит говорить вслух ни один западный «просветитель» и ни одна книга про «менеджмент». Не говорят про тот факт, что всех сотрудников компании не просто обрабатывают «корпоративным» духом, а так промывают мозг, чтобы у человека даже и близко не осталось других желаний, кроме как «служить и прислуживать до гробовой доски». Я уверен, что этот

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

самый дух сложно учуять, пока сам не попадешь под раздачу. Та пропаганда, которая льётся с телевизоров в США, может смело конкурировать с той, которая действует на просторах американских и британских корпораций.

При приеме на работу компании абсолютно безразлично, какой вы человек и как вы выглядите. Важно то, чем вы можете стать полезным компании или почему окажетесь бесполезным. То есть, получается эдакая смесь между тем, чтобы всё знать о вас, но не для того, чтобы понять вас или подружиться. Нет. Для того чтобы у компании не было неожиданностей с вами. Они залезут всюду, где только можно это сделать. Скажите, вам рассказывают о компьютерных программах, которые делают снимок вашего монитора и отправляют в отдел наблюдения? Я думаю, что про это вы тоже не узнаете из популярных книг. В зависимости от компании, снимки вашего экрана делаются каждые две-три минуты. Иногда каждые пять минут. Просто корпорация хочет знать, чем вы занимаетесь в рабочее время. Вы же не забыли, что вы в армии?

Хотя нет, тут сотрудники уже себя чувствуют как в тюрьме. Правда, нужно оговориться, что слежка карается законом. Но везде есть исключения. Нужно вспомнить одну фразу барона Ротшильда, который сказал: «Дайте мне право печатать деньги, и мне будет всё равно, кто будет писать законы в этом государстве». Поэтому частенько люди не знают, что за ними следит их «большой брат». Сотрудники также ходят в интернет, читают новости и сидят в одноклассниках. Слежка ведется для того, чтобы знать о вас больше. Но вдруг вы заходите на сайт конкурента, в раздел «вакансии» или захотите почитать документы, которые совсем не для вас. Вот тут надо будет за вами присматривать. А так, сидите себе спокойно и смотрите «самые смешные видео про кошек».

Ещё не войдя даже в само здание компании, вы должны будете подписать минимум десять листов разных бумаг формата А4, где будут прописаны внутренние законы и положения, оговорены пункты об ограничении ответственности компании (если вы умрете на рабочем месте или по дороге с работы). Там будут прописаны пункты, которые вы будете удостоены выполнить даже под предлогом смерти. Например: быть преданным идеям и стремлениям компании; никогда не поддаваться эмоциям (если вы считаете, что кто-то не прав); говорить правду и ничего, кроме правды; и много ещё чего, о чём вы даже не задумывались.

Самое интересное начинается после того, когда вы выйдете на работу. В течение первых четырех недель вы обязаны (именно обязаны) пройти курсы «идеологической переподготовки». А выглядит это примерно так.

Постойте-ка. Перед тем, как начать рассказывать о промывке мозгов, надо рассказать о проверке всех сотрудников на вшивость в прямом смысле (опять напоминает армию). Речь идёт о том, что перед тем, как выйти на работу, сотрудник должен пройти обязательное медицинское обследование у корпоративного врача. У всех корпорацией есть свои врачи, которые дежурят и работают на территории компании. Все новые сотрудники должны пройти обследование на предмет зрения, грибка на руках и ногах, вшей, хронических заболеваний и, в некоторых случаях, сдать кровь. Кровь сдается при подозрении на какую-либо болезнь, хотя тебе этого не скажут в самом начале, обосновав это тем, что «так делают все». Если новичок,

пройдя тесты и проверки, не заразен, то он получает бумагу, которую относит в отдел кадров. После этого уже начинается «промывка» головы. Об этом речь пойдет ниже.

Первая ступень - лояльность. Принятие «ценностей и идеологии» компании. Сотруднику нужно прийти в отдел кадров, где ему расскажут о том, что он попал в самую лучшую и самую перспективную компанию в мире, а также расскажут небылицы про сотрудников, которые работают уже в третьем поколении на предприятии. В конце упомянут, что вам выпала большая честь, и вы должны оправдать надежды ТНК. Все время беседы вы должны кивать и поддакивать на любую фразу. Смотреть воодушевленно и ждать продолжения душещипательного рассказа о достижениях корпорации.

Вторая ступень - преданность. Вы можете быть сколько угодно умным, но если вы не преданы компании, то у вас нет шансов остаться работать. Это должно проявляться во всем, что вас окружает: никакой критики в сторону компании и его руководства, никакой критики продуктов, очень «приветствуется» ношение одежды с логотипом компании, нагрудных значков, фирменных сумок и так далее. Вплоть до наклеек логотипа компании на личное авто. Изящным «прогибом» и показом своей преданности является покупка нового автомобиля и заказ номера с аббревиатурой компании. Логотип, разумеется, должен быть тоже виден. Такой прогиб будет обязательным, если вы получаете должность, хоть и маленького, но руководителя. Если офисные сотрудники могут этого не делать, но, поднимаясь по карьерной лестнице, вы уже не сможете игнорировать такие мелочи. Девушки, у вас нет нижнего белья с логотипом корпорации? Очень зря, может в любой момент пригодится. Никогда не знаешь наперед все мысли партнеров или высшего руководства. Ходят неопровержимые слухи, что однажды большой начальник, не увидев логотип у своей подчиненной, прямо не смог продолжать «деловой» разговор.

Третья ступень - соблюдение интересов компании. Ваше интересы – ничто, интересы компании – всё. Вы не имеете права ставить свои интересы во главу, если они хоть как-то могут задеть интересы ТНК. Если вы заключаете контракт с фирмой, в которой работает ваш родственник, вы обязаны об этом сообщить в письменной форме вышестоящему руководству. Если после переговоров вас пригласили в ресторан, то вам следует проконсультироваться у вашего начальства, прежде чем принять или отклонить предложение. Может быть так, что это скрытая форма воздействия на вас. Если вам предлагали деньги или любую другую взятку, то в течение 24 часов вы должны в устной или письменной форме поставить в известность ваше начальство и отдел по внутреннему контролю за сотрудниками (да, есть и такой). В противном случае, вы автоматически становитесь соучастником преступления. Это уголовно наказуемо и грозит крупным штрафом плюс увольнением без права на работу в этой компании, вплоть до тюрьмы. Про взяточничество и коррупцию мы уже говорили. Тут все настолько жестко, что сложно себе представить, что будет с человеком, который поддался этому соблазну. Все будет урегулировано очень тихо для окружающих. Никто не узнает, что корпорация приложит все усилия, чтобы посадить вас в тюрьму, причем надолго. Это такое негласное правило.

Четвертая ступень - нормы вашего поведения внутри и вне компании. Нельзя шутить на темы, которые порочат имидж компании, нельзя шутить о коллегах на предмет их пола, возраста, роста, расы, вероисповедания и т.д. Недопустимо носить одежду, которая имеет логотипы

конкурентов. Тут надо заострить внимание на том, что сотрудники со стажем не просто не носят одежду конкурентов, но и отговаривают покупать ее свою семью и друзей. С годами у них вырабатывается безусловный рефлекс, который отвергает всё, что может «противоречить» своду законов и корпоративному духу компании. Вообще я думаю, что американские психологи и физиологи достаточно хорошо ознакомлены с трудами Павлова. Потому что такие поразительные сходства не могут быть случайными. Бывало так, что случайно взяв ручку с логотипом конкурента, сотрудник инстинктивно отшвырнул её в другой конец офиса, потому что его мозг чувствовал «физическую» боль при виде логотипа. Сейчас дружно покупаем книгу Гюстава Лебона «Психология народов и масс» и начинаем понимать, как такие фокусы можно проделывать не только с отдельными личностями, а даже с целыми народами.

Пятая ступень - умение обращаться с вверенной информацией. Ни в какой форме вы не имеете права писать в социальных сетях о компании и о её клиентах. Если вы увидели сообщение, которое хоть как-то может затрагивать компанию или её клиентов, то вы должны сообщить в юридический отдел. Он будет решать, стоит ли требовать удаления информации или нет. Каждый имейл, который вы послали и получили, будет храниться на сервере три года с момента вашего увольнения или смерти. Любой e-мейл, соответственно, тоже читается и проверяется специальными программами отдела внутреннего контроля за сотрудниками.

Самое важное в этом всё то, что вся эта информация преподается сотрудникам так, как единственно верная. Вы не имеете права ей перечить и сомневаться хоть на секунду. Идеи вашей компании - это ваша религия. У каждого человека есть доступ к «внутреннему кодексу компании», которого он обязан придерживаться, а в случае сомнений, его открыть, перечитать и помолиться за благословение компании.

Рабочее место сотрудника. Всё выглядит, как в американских фильмах. Офис на 100 человек, и у каждого свои два квадратных метра (кубик). Постоянное движение и переговоры сотрудников со стороны можно сравнить с муравейником. Самое интересное, что каждый муравей точно знает, куда ему бежать и что нести. Во всяком случае, они делают вид, что знают.

Надо отметить, что практически все корпорации стараются как можно меньше использовать бумаги в документообороте, и теперь те кадры из американских фильмов, в которых все ходят, склоняя голову над бумагами, уже не актуальны. Некоторые компании требуют, в прямом смысле этого слова, от новых сотрудников перехода на электронный вид документооборота. То есть, вы привыкли работать с принтером, писать от руки заметки в блокноте, распечатывать e-мейлы, то в самый первый рабочий день вам укажут на то, что компания не приветствует такой метод, и вы должны учиться работать без бумаг.

В общем-то, они не оставят вам другого выбора, потому что ни бумаги, ни принтера вам не будут выдавать, и вы должны будете перестраиваться. Разумеется, в офисах стоит один большой сканер, принтер и лежит бумага на 50-100 человек, но когда ваш начальник вам сделает замечание, то вы задумаетесь, стоит ли перестроиться на новый лад или продолжать в своей манере. Мы же не забываем, что мы в армии? Нет? Вот и славно. У американских коллег есть такая шутка: «Когда начальник отдает приказы солдатам (сотрудникам), то ставит вопрос

так: «Ты согласен со мной или согласен?» Попробуйте не ответить, что согласен. У вас нет другого выбора, кроме как выполнить приказ начальства. Уход с работы раньше, не выполнение этого приказа, будет расценен как дезертирство с поле боя.

Как правило, вместо обычных рабочих станций и компьютеров выдают ноутбуки. Компании выгодно иметь мобильных сотрудников, которые работают из любой точки офиса, здания, страны и мира. По общим оценкам, на 2013 год около 60 процентов имеют именно ноутбуки, а не стационарные компьютеры.

Так как у таких огромных компаний есть производства и представительства во многих странах мира, то им нужна одна общая сетевая инфраструктура. И она у них есть. Абсолютно все компьютеры подключены к общей сети компании, и тем самым вы имеете возможность подключаться со своего рабочего ноутбука к сети из любой точки мира. Это крайне удобно для тех сотрудников, кто большую часть времени проводит в разъездах.

Условия труда сотрудников. Корпорации люто ненавидят профсоюзы, которые время от времени пытаются выступить на стороне работника и требуют человеческого отношения к людям. В каждой стране свои законы и свои особенности, поэтому и условия труда очень разные. Давайте рассмотрим США и Европу и сделаем некий срез. Как правило, работник имеет 25-30 дней оплачиваемого отпуска. Если у вас есть дети, то каждый из родителей имеет право взять 10 дней в году оплачиваемый больничный по уходу за ребенком.

Нет четких правил насчет того, сколько дней в году человек должен болеть. Но если вы болеете в совокупности более одного месяца в году, то этот факт не будет радовать отдел кадров и начальство. Тяжелые болезни и несчастные случаи не в счет. От этого никто и никогда не застрахован.

Заработная плата сотрудников не разглашается ни начальством, ни сотрудниками. Коллеги из одного отдела и одной квалификации могут иметь разные жалования. Несмотря на то, что есть тарифные сетки и планы на предприятиях, которые учитывают возраст, образование, опыт работы и другие параметры, компания может учитывать и личные особенности сотрудников. Один знает три языка, другой - только один, или у одного преклонный возраст, и он не будет претендовать на повышение, другой, наоборот, стремиться сделать карьеру и так далее.

Поощрение сотрудников тесно переплетается с идеологией. Вам на протяжении всего времени работы внушают, что вы делаете не просто работу, а вы часть компании, часть их успеха и часть их цивилизации. Если вам приходит имейл от имени главы компании, в котором стоит, что он благодарен всем без исключения за отличную работу, то на собраниях вас могут потом спросить: «Читал ли ты хвалебные слова президента корпорации?» Очень плохо, если вы не показали щенячьей радости на челе. Вы должны ответить: «Конечно, я так рад был получить этот автоматический имейл! Я очень рад, что компания заработала очередной миллиард за этот месяц, а в столовой повысили цены на обеды, и теперь мне нужно экономить ещё и на обедах, так как профсоюз не добился понижения цен на питание в столовой». Вы должны проникнуться идеей компании, её целями, её духом и радоваться каждому рабочему дню. А деньги на пропитание – это же мелочи. Вы должны быть благодарны корпорации за то, что получаете 20 долларов в час, потому что в азиатских странах дети работают по 6 часов и

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

получают в день по одному доллару. И вообще кому интересны ваши кровные деньги, когда такая радость. Очередной миллиард «достигнут». Это я показал картину со стороны обычного сотрудника, коих там десятки и сотни тысяч.

Очень важным пунктом является и то, что если корпорации видят в сотруднике преданность и лояльность, то именно он становится кандидатом на повышение. Даже если есть более образованные и прилежные коллеги, то всё равно их не будут рассматривать как альтернативу. Важно понимать, что корпорациям не всегда требуются умные, начитанные или талантливые, нет. Им нужны корпоративные солдаты-муравьи, которые честно приняли корпоративную присягу. С ними можно быть уверенным в том, что они не найдут лучшие условия труда или через год не станут сомневаться в правильности политике корпорации.

Если сотрудник хорошо выполняет свою работу, имеет три высших образования, но не видит в компании смысл всей своей жизни, то его даже не будут рекомендовать. По мнению руководителей, корпорация – это ваша семья и ваша религия. Вы должны переживать не за свою семью, а за корпорацию. Вы должны ставить свечку не за своё здоровье, а за процветание вашей компании. Именно в этом случае вас рассмотрят как кандидата на повышение. Самым худшим для корпорации сотрудником является тот, кто задаёт много вопросов и ставит под сомнения их методы ведения бизнеса. От такого избавляются при первой же возможности.

Друзья, я надеюсь, вы видите, что я стараюсь рассказать и показать те вещи, которые происходят каждый день и каждый час. Для многих людей те будни и та рутинная работа протекает настолько незаметно, что они даже не задумываются над этим всем. Опять-таки, нужно вернуться к исследованиям Тавистока и понять, что абсолютное большинство не будет даже пытаться осмыслить происходящее вокруг них. Уверен, если эту книгу будут читать люди, работающие в США или Англии, то многие просто не заметят этих деталей.

Если проводить аналогию, то представьте, что вы живете в стране с мягким климатом, когда зимой минус 10, а летом плюс 20. И вот вы поехали в Африку. Для вас местная природа, климат, температура плюс 50 и люди будут иметь свой колорит. Вы невольно будете видеть ту огромную разницу между вашей страной и Африкой. Но ведь для жителей Африки нет ничего необычного в их климате и природе. Они родились и выросли там. Поэтому, они просто не обращают внимания на то, что их окружает. Они не могут оценить тот мир, в котором живут, пока не начнут сравнивать с другими странами и народами. Моя цель заключается в том, чтобы собрать «местный колорит» корпораций, понять их природу и передать свои замечания вам. Не все могут себе позволить путешествие в другую страну, и не у всех получится узнать о корпорациях в той мере, в какой им хочется. А если учесть тот факт, что корпорации сами не хотят рассказывать о себе, выдавая лишь ложные сведения, то это ещё больше затрудняет факт исследования. Для этого я и пишу свою книгу. Теперь давайте вернемся в будни и остановимся на подборе кадров.

Подбор кадров через сотрудников. Если вы уже работаете в корпорации, то регулярно получаете по внутренней почте сообщения из отдела кадров, что в компании открылась вакансия, и нужны новые сотрудники в такой-то отдел. Психологи прекрасно понимают, что если сотрудник посоветует свою корпорацию другу или родственнику, то новичок будет

гораздо лучше работать. Именно эта схема применяется в сетевом маркетинге. Если вы привели своего знакомого в корпорацию, и его приняли на работу, то вы получаете премию в размере половины своей месячной зарплаты. Получается, и вам выгодно, и корпорации, а заодно и вашему знакомому.

Внутреннее объявление действует две недели. Однако если в течение двух недель никто из действующих сотрудников не предоставил подходящего кандидата, то она выставляется в интернет на всеобщее обозрение. Я думаю, что не стоит говорить о том, что мало-мальски хорошее место имеет очередь из 10, а то и 20 человек. За хорошее место люди делают всё возможное и невозможное, лишь бы получить желаемую позицию. Есть случаи, когда действительно люди готовы помочь отойти на тот свет своему конкуренту ради повышения. Вот так они любят свою компанию и так сильно хотят сделать карьеру в ней. В ход идут практически все методы для достижения цели - от постели, до угроз. Кто во что горазд. Пределы устанавливаются только личными фантазиями карьериста.

Я надеюсь, что теперь вы понимаете, что на Западе везде и всегда поощряется преданность до мозга костей своей компании и своей стране. Но давайте вместе посмотрим со стороны на Россию. Тут нужно признать, что конкуренты достигли максимального успеха. Русские стали насколько ненавидеть всё своё и любить чужое, что это принимает катастрофические обороты. Корпорации знают, что если ты хоть на толику сомневаешься в своем продукте, в своей компании, в своем руководителе, или в своей стране, то ты никогда, я подчеркиваю, никогда не добьешься успеха. Разруха произошла, прежде всего, в головах простых людей, которые ходят по улицам городов и деревень России. В наших с вами головах. Читатель, и в твоей голове тоже!

Хотите очень яркий пример вышесказанного? Вот если я сейчас приведу цитату из «Авесты» и буду говорить о зороастризме, как о нечто непостижимом для простого смертного, то вы скажете примерно следующее: «Какой начитанный молодой человек. Какой у него богатый кругозор, что он даже цитирует самого Ахура Мазду». Да, именно так вы и подумаете, потому что вы не знаете, кто такой Спитама Заратуштра, Маздаизм и многое другое. Это вам чуждо в принципе.

Но стоит мне упомянуть славянских богов, как у вас молниеносно родится мысль о том, что я «повернутый». Да, вы именно так и подумаете. Это обычная психологическая уловка. Неподготовленный читатель и слушатель очень быстро на неё попадет. Мы не уважаем тех, кто читает Льва Толстого или Достоевского, но слушаем, раскрыв рот тех, кто цитирует Мураками.

Дело в том, что нам столетиями вбивали, что «всё своё – это очень плохо». Это так же, как ненавидеть свою мать только за то, что она вас родила. Мы относимся с пренебрежением к тем людям, кто почитает своё, и уважаем тех, кто хвалит чужое. Вот именно эти мысли западные компании стараются выбивать из голов своих сотрудников и руководителей. Это просто недопустимо ни в США, ни в Англии.

Не только корпорации вкладывают деньги и силы в идеологию, но и государства тоже. Посмотрите на Англию. Люди знают, что их могут лишиться гражданства практически одним

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

росчерком пера, если вы что-то плохое скажете о стране. Но в то же время, они делают всё возможное, чтобы создать ужасный облик конкурентов, в данном случае России и Китая. Это конкуренция на мировой площадке. Если вы сумеете убедить даже жителей тех стран-конкурентов в том, что страна плохая, то лучшие умы просто переедут к вам и будут уже работать на вас. Разве стране не нужны лучшие финансисты, математики, врачи, учителя, биологи и химики? Конечно, нужны. Ваша задача и состоит в том, чтобы переманить их к себе в компанию любыми путями. Именно они будут работать в корпорациях, создавая лучшие продукты, разрабатывая лучшие стратегии ведения бизнеса и даже войны. Поэтому только полная преданность идеям, целям и духу компании.

Если вспомнить о наших чёрных буйволах, то эти буйволы стараются переманить львов на свою сторону, чтобы львы дрались со своими же львами за добычу. Ведь буйволы знают, что львы будут лучше знать повадки своих сородичей и их стратегию нападения. Поэтому заинтересованность буйволов очень высока. Шансы на выживание повышаются, если с вами сотрудничают люди, знающие конкурентов. Вот то же самое и произошло со всеми специалистами, которые остались в нищете после «развала». Они были готовы за кусок мяса отдать любые знания и силы. А ведь уехали очень образованные люди, которые действительно могли противостоять конкурентам.

Глава девятая

Лучшее в мире образование - полученное в борьбе за кусок хлеба.

Уэндел Филлипс

Вы согласны с тем, что, чем умнее мы будем, тем у нас больше шансов на выживание и победу в борьбе с другими странами? Вижу, что согласны. То есть, мы с вами понимаем, что хорошее образование – это главный ключ к успеху в жизни. Теперь давайте вспомним известную фразу теперь уже бывшего министра образования, который сказал, цитирую: "Недостаток коммунистического образования в том, что они воспитывали созидателей, а мы должны воспитывать грамотного потребителя..."

Вспомним станки и дерево. То есть, нам дали понять, что мы станки не должны создавать (производить). Мы должны только грамотно потреблять продукты, которые нам привозят с Запада и Востока. Мы ведь помним, что Россия не производит ровным счетом ничего, а только экспортирует дерево (лес). Какой из этого можно сделать вывод? Я думаю, что каждый сам в состоянии чуток поразмыслить. А мы вернёмся к нашим корпорациям.

Я знаком с топ-менеджером всем известной корпорации, который имеет образование ПТУ (если перевести его образование на российский аналог). Знаете, к чему я привёл этот пример? К тому, что зачастую не иметь «общепринятого» образования куда выгодней, чем то, что дают ВУЗы при министрах, как в вышеприведённом примере. Планка «обязательно всем иметь высшее образование» не должна быть обрезанием всего разумного, что в нас есть. Я сейчас клоню к тому, что если вы видите сотрудника, который имеет ясный ум, отличные способности и приверженность, то проходить мимо него никак нельзя.

Во всяком случае, так поступают в корпорациях. Мы уже говорили о том, что им важнее стремление сотрудника и его преданность, чем его «образованность». В крупных компаниях принято оставлять тех студентов и практикантов, которые просто нормально себя показали, пусть даже не отлично. Все дело в том, что новичок имеет «пустую» голову, и в нее можно вкладывать то, что тебе нужно. Как в ребенка. Ему ещё не с чем сравнивать, и он будет у вас работать так, как вы этого хотите. Он будет думать так, как вам нужно. Да, придется чуток потратить на него время и силы, чтобы обучить, но в итоге, компании имеют именно то, что им нужно. Вы видели фильм «Доктрина шока» (The shock doctrine)? Применяется такой же принцип, только в более лёгкой форме.

Высшее образование важно в любом случае, но не менее важно видеть человека и его способности. Нужно распознать его стремления, а не «общепринятые» бумажки, которые никак не отразятся на успехе вашей компании. Единственное, что нужно сказать, что «ПТУшников» крайне мало в высших эшелонах менеджмента на Западе. Все-таки большинство из них выходцы из состоятельных семей и посещали частные школы и университеты.

Вот вы спросите себя, что лично вам дало высшее образование? По-моему, большинство обычных людей скажет, что либо ничего, либо очень мало. Особенно это актуально в наши дни. Ну, я согласен, остались в памяти яркие преподаватели и нужные лекции. Но давайте честно, по большому счету, мы не вынесли из университета ничего, что можем применять в нашей повседневной жизни. Знаете, какой напрашивается вывод? Либо нам намеренно преподают всякую несуслазицу, которая не имеет ничего общего с жизнью, либо мы проживаем не ту жизнь, в которой мы должны применять все те знания. Разумеется, что я говорю про обычные университеты, которые позволено посещать обычным людям. Про закрытые ВУЗы речи не идёт. Если читатель закончил закрытый ВУЗ, то он прекрасно понимает, о чем идёт речь. Но вернёмся к нашим «баранам».

Отсутствие высшего образования не является препятствием для корпораций в подборе надежных кадров. Ведь для них важны, прежде всего, преданность и стремление, а не ваш снобизм. Хочется так же упомянуть, что во всех компаниях очень высок процент обычных руководителей, не имеющих высшего образования. Как правило, они все имеют «степень» ПТУ. Однако за годы работы в компании они проходят огромное количество курсов по повышению квалификации и разного рода семинаров. Именно на них они получают самые необходимые знания, которые применяют в рабочем режиме. Довольно часто люди изъявляют желание продолжить учебу и поступить в ВУЗ, но корпорация абсолютно равнодушно относится к этим позывам. Самое главное о вас она уже знает, и что-либо доказывать вам уже не нужно. Поэтому выбор «делать или не делать» лежит только на вас.

Выращивание своих кадров с нуля является неотъемлемой частью любого крупного бизнеса на Западе, но в России «эксперты» пишут ровно противоположное, поливая грязью любые попытки пойти вразрез с общепринятыми. Вот тут я хотел бы сделать передышку и заострить внимание именно на этом.

Интернет просто под завязку забит «умными» статьями про то, что, мол, русские предприниматели не имеют нужных навыков для бизнеса, не понимают основ ведения дел, не

могут правильно планировать, как на Западе, не знают «эффективных» методов и так далее и тому подобное.

Вы в курсе, что в восьми случаях из десяти негативные отзывы написаны из-за границы. И причем очень далекой за границы. Хотите это проверить сами? Это делается так. Скачайте специальную программу для браузера, которая будет показывать страну комментатора в социальной сети (Youtube, Facebook и так далее). То есть, видя комментарий в интернете, вы прямо рядом с комментарием будете видеть IP-адрес комментатора и флаг его страны. Вы очень удивитесь, увидев, насколько много грязи льется буквально из двух стран, которые отлично говорят по-русски, прячась за исконно русскими именами и фамилиями.

Единственное, что нужно помнить, что многие люди стали доверчивыми. Вот в этом и есть наша «Ахиллесова пята». Кстати, многие народы мира страдают этим «недугом». Мы просто хотим верить людям и заграничным книжкам, но это не всегда стало «эффективным».

Короче говоря, если наши предприниматели берут на работу свою «необученную» бизнесу жену или своего брата, то это правильно. Понимаете, вас пытаются убедить в том, что ваша семья для вас – это ваши враги, в прямом смысле. Вам пытаются вдолбить, что близкие вам люди, ради которых вы и хотите заработать денег, – это антиподы вашего бизнеса. Но люди на подсознательном уровне всё равно начинают бизнес со своими родственниками. В данном случае важно понять то, что вам пытаются сказать, что белое – это черное. А вот черное – это должно быть для вас белым. Ваш разум борется и не может выбрать, что же лучше. Вроде «умные» книжки американцев говорят вам «низзя», но ваш разум и душа прямо толкает к тому, чтобы сделать именно так. Самое интересное, что вы даже чувствуете, что вы правы, но вот те книжки не дают вам покоя.

Есть хорошее высказывание Бертрانا Рассела по этому поводу, который сказал следующее: «Проблема этого мира в том, что глупцы и фанатики слишком уверены в себе, а умные люди полны сомнений».

Вы старайтесь всегда помнить, «кто» и «зачем» пытается вам подменить понятия о черном и белом. Тогда все станет на свои места.

Примеров в этой книге я привожу достаточно много, чтобы убедиться, что все крупные корпорации управляются именно семьями, которые имеют вековые корни. Но им не выгодно делиться с вами своими «рецептами». Вас нужно увести с правильного пути. Вам нужно объяснить, что лучше всего начинать всё одному и продолжать тоже. Так вы быстрее выдохнетесь и уйдете с рынка. Вы же не забыли, что вы конкурент?

*Беда тому, кто на себя взвалил
То дело, что исполнить нету сил.
(Абу Муин Насир Хосров)*

Если вы начинаете вести семейный бизнес, то нужно как можно чаще продвигаться вперед в своих знаниях и умениях. Также нужно четко распределять роли. Нужно постоянно напоминать и себе и своему родственнику, что в компании есть только один управляющий, который решает

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

поставленные задачи. Родственнику отведена роль, допустим, бухгалтера, и он четко должен выполнять эту роль. Остальное всё придёт со временем.

Давайте рассмотрим этот пример на нашей обычной семье. Очень плохо, когда муж убеждает жену купить именно ту фиолетовую сумочку, потому что она подходит к её розовой кофточке. И также очень плохо, когда жена настоятельно советует мужу, когда нужно менять масло в автомобиле или как держать дрель в руках. Каждый должен знать свои обязанности в семье и беспрекословно их выполнять, желательно без напоминаний.

Если у вас есть нормальная и крепкая семья, то значит, вы и в делах сумеете наладить отношения с близкими родственниками. Чёткое распределение ролей и неукоснительное следование поставленным целям – это самое важное, о чем нужно всегда помнить. Кстати, никто и никогда не говорит, что всё всегда должно идти как по маслу. Везде будут рабочие моменты и недопонимания. Это нормально, и это нужно просто нормально воспринимать. Ну а теперь вернёмся к нашим западным партнёрам.

Нередко начальство вас может спросить, каких знаний, по вашему мнению, вам не хватает, чтобы выполнять свою работу еще лучше. Практика показывает, если сотрудник просит пройти те или иные курсы, то корпорация ему не отказывает. Если человек действительно показал желание стать ещё более полезным компании, пусть даже и для своей выгоды, то это всегда нужно поддерживать. Если быть точным, то не менее 15 процентов годовой прибыли корпорации вкладывают в развитие своих сотрудников как на конвейере, так и в высших эшелонах менеджмента.

Вспомнил такую интересную вещь, пока писал эту главу. Знаете, что самое парадоксальное? Что ещё вчера был топ-менеджер, который работал с утра до ночи и продвигал компанию к вершине, но в один день его не стало. Он ушел из жизни. Не пройдет пяти дней, как о нем больше не вспомнят. В течение недели постараются найти достойную замену, и компания продолжит работу в своем привычном режиме. Никто не будет вспоминать. Такое ощущение, что человека вовсе и не было.

Короче говоря, все как на обычной войне. Никаких сентиментальностей, все четко и по уставу. Если боец ранен или убит, то его выносят вперед ногами, но бой не прекращается ни на минуту. Машина должна работать и день и ночь, зарабатывая деньги, захватывая новые рынки, и убирать с пути конкурентов.

Глава десятая

Не нужно жить старыми заслугами - нужно жить новыми задачами.

Евгений Скворцов

Трудовой день обычного сотрудника начинается не только с рабочих имейлов, но и с чтения корпоративной новостной ленты. Кто умер, кто родился, кто покинул компанию, а кто пришёл. Разумеется, что в каждой стране своя новостная лента, но если события касаются всей компании, как в случае с землетрясением, то об этом извещаются все страны и представительства. Так как этот факт может затронуть все процессы производства, клиентов и

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

даже рабочих мест. Серьезные форс-мажоры могут повлечь за собой переброску сотрудников из одной страны в другую (видите, как много общего с армией?). Как правило, отправляют молодых и неженатых, иногда об этом даже не спрашивают человека, а оформляют как командировку. В зависимости от страны, законы по-разному регулирует влияние работодателя на перемещение сотрудников. Такое не практикуют каждый день, но иногда случается. Кстати, если вы соглашаетесь на дислокацию, то начинаете зарабатывать раза в два больше.

Самое главное условие, чтобы у вас ничего и никого не было, что могло бы вас заставить вернуться обратно в ваш город или страну. Многие, наверное, уже в курсе, что корпорации крайне не любят ни детей, ни беременных, так как они просто не выгодны. Это как раз те сентиментальности, которых надо избегать, захватывая рынки других стран. Именно поэтому корпорации, приходя в какую-то страну, непременно будут сотрудничать с негативно настроенными к стране «партнерами». Так как им вообще безразличны судьбы местных жителей. Их дело – максимально выжать из страны все, что можно, и не допустить конкуренции со стороны национального бизнеса. Но это всё делается с улыбкой, дипломатическими формулировками и обязательно, избегая негативных слов. Корпорации не даром держат психологов и лингвистов, которые знают значения слов и их влияние на сознание человека.

Вообще любое плохое известие стараются маскировать мягкими формулировками. Не должно быть «плохих» новостей, должны быть «очень хорошие новости» и «просто хорошие». Помните, как в СССР, не было ведь плохих новостей, но все страстно желали «правду жизни»? Теперь из телевизора льются чернота и разврат днём и ночью, но мы почему-то не стали радостней от такой «правды». Кстати, опять надо вернуться к психологии. Вы слышали о «Шкале эмоциональных тонов»? Если нет, то это именно то, что побуждает вас жить, радоваться, рожать детей, ходить на работу, строить свой дом, встречаться с друзьями и просто наслаждаться жизнью. Если очень кратко, то чем больше вы слышите хорошего, тем выше ваше настроение, и тем большего вы сможете достичь. Любая корпорация хочет убрать из рабочей жизни малейшие признаки негатива. Говорите только о хорошем и думайте только о хорошем. Только так вы принесёте корпорации максимальную прибыль.

Они знают, что, чем больше грязи льется в головы, тем меньше люди хотят что-либо делать хорошего, и тем меньше их продуктивность на работе и в жизни. Негативные новости дают только негативный результат: вы не хотите рожать детей, не хотите строить дом и вообще ничего не хотите. Поэтому, если вам в голову льют помой, то нужно посмотреть, кому это нужно, и кто нажимает кнопки. Чтобы побольше об этом узнать, забейте в поисковик «шкала эмоциональных тонов Хаббарда». А вообще выключайте телевизор и больше никогда не включайте. Вся необходимую информацию можно найти в книгах и интернете. Конечно, не так легко, как кажется, но, руководствуясь здравым смыслом и думая своей головой, шансы сильно повышаются. Во всяком случае, в интернете есть больше способов избегать негатива.

Продолжая эту тему, нужно остановиться на конкретных словах и выражениях, которые запрещено употреблять:

«Проблема». Проблем нет, и их не должно быть. Вместо слова «проблема» (англ. problem), вы должны употребить слово «трудность» или «вызов». На английском это «issue» и «challenge». Если вы на переговорах скажете слово «проблема», то у американских коллег волосы зашевелиятся, потому что они поймут, что они столкнулись с огромной проблемой, которую надо как-то решать, но никто не знает как. Их учат с детства не употреблять это слово, а тем более в бизнесе. Вы не должны вбивать себе в голову, что есть что-то «непреодолимое». Все решаемо, просто нужно найти правильное решение и преодолеть очередную мелкую трудность.

Проблема для корпорации – это когда взорвался весь завод, и никто не в курсе, кто это сделал. А вот если уже узнали, то у того, кто взорвал, будут реальные проблемы. Поэтому для корпорации это опять стало «трудностью», а для взрывателя это станет уже «проблемой». Ну, примерно такой смысл.

Самое главное, не пытайтесь переводить эти слова со словарем. У корпораций есть свой внутренний язык, который зачастую расходится со словарями. Бывает даже так, что в разных корпорациях одни и те же термины имеют разные значения. Не часто, но такое бывает.

«В худшем случае». Вы не должны даже мысленно допускать, что будет «худший случай». Ваша задача любыми средствами избегать крайностей. Всё должно держаться в заданных рамках. Руководство всегда предупреждает своих сотрудников о том, что как только на горизонте может появиться «худший случай», то нужно немедленно докладывать командиру (начальнику). Если вы прозевали такой момент, то все шишки полетят на вас. Если в ваших инструкциях не стоит, что вы имеете право принимать решения, то будьте добры предоставить эту возможность своему руководству. Ваша задача предоставить необходимую информацию и ждать последующих указаний.

Ещё много негативных слов, которые вы должны убрать из своего рабочего лексикона: неудача, крах, провал и многие другие. Очень многие сотрудники должны пройти курс риторики, на котором их научат красиво говорить, а помимо всего прочего, помогут убрать отрицательные слова из словарного запаса. Стоит упомянуть, что любая нерадостная весть клиенту преподносится только при личной встрече или по телефону. Ни в коем случае нельзя писать обычный имейл или слать факс. Посылать обычное письмо с плохим известием можно только тем, с кем ты больше не хочешь сотрудничать. Но в корпорациях такие решения принимают не рядовые сотрудники, поэтому им предписано звонить клиенту или партнёру в случае нежелательного развития событий.

Методы связи и общения сотрудников. Используются все доступные методы, которые только существуют в этом мире. Остановимся на тех, которые имеют наибольшее значение.

Больше всего используется электронная почта и телефон. Примерно 80 процентов всего обмена информацией проходит через почту. Около 15 процентов - через телефон. Хотя про телефон надо уточнить, что, чем выше ваша позиция, тем больше вы используете именно его. Остальные 5 процентов проходят через корпоративные коммуникаторы типа Линк (аналог Скайп). Вообще их огромное количество, и они все абсолютно одинаковые.

Единственное, чем плохи коммуникаторы типа Скайпа или Линка, так это тем, что отвлекаешься в тот момент, когда должен сосредоточиться. Именно по этой причине многие

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

руководители не используют его. Этот инструмент был сделан скорей для рядовых сотрудников. Такое же положение и с рабочим временем. Чем выше ваша должность, тем менее вы привязаны к рабочему месту и к рабочему графику.

Различают три вида рабочего времени: плавающий график, домашний офис и доверительное время.

Плавающий график используется практически всеми сотрудниками. «Плавание» заключается в том, что приходиться на работу и уходить с неё вы можете, когда захотите, учитывая «обязательное время работы». То есть, вы можете приходиться на работу с 6 утра до 10 утра, но с 10:00 утра и до 15:00 вы должны быть на месте. А вот после 15 вы опять можете решать: уйти пораньше или задержаться. Кстати, единственные сотрудники, кто не может пользоваться таким графиком, – производственники. Если они работают на конвейере и должны быть на месте в 6 утра, то опоздание даже на 5 минут может повлечь за собой выговор. Не успеваешь по какой-то причине – позвони и предупреди начальника смены. Конвейер не может быть остановлен ни на минуту. Но у производственников в среднем зарплаты выше, чем у их офисных коллег.

Домашний офис. Многие прекрасно знают, что это обычная работа из дома. Время учитывается так же, как будто ты на рабочем месте в офисе, но просто выполняешь свои обязанности из дома. Нельзя не отметить тот факт, что именно «домашний офис» набирает небывалые обороты во всех частях мира. Преимуществ тут гораздо больше, чем недостатков. Давайте вместе перечислять его преимущества:

- Экономия времени на дорогу. Как на работу, так и с работы.
- Экономия денег на проезд.
- Возможность сэкономленные деньги вычесть из зарплаты сотрудника (он же не тратит их на дорогу).
- Экономия денег на питание вне дома. Дома в любом случае дешевле и вкусней. А главное – полезней.
- Повышается эффективность работы за счет того, что сотрудникам не нужно делать вид, что они «очень заняты». Сотрудник может спокойно за 10 минут сделать работу, которую в офисе он растягивает на 1 час, а то и дольше.
- Если у женщины есть дети, то этот вариант ей очень кстати. Заработок нужен, а вот времени на детей катастрофически не хватает, то этот вид как раз для них.
- Если на улице непогода или человек слегка заболел, но не хотел бы брать больничный, то он может остаться дома и продолжить работу.

Теперь перечислим минусы:

- Первый, но самый большой недостаток этого вида работы – контроль самих сотрудников. Не все и не всегда являются хорошими планировщиками собственного времени. Частенько бывает так, что сотрудник должен быть на рабочем месте (дома), но

к телефону не подходит и на имейлы не отвечает. В итоге, недовольные клиенты, коллеги в офисе и начальство.

- Второй. Выпадение сотрудника из «коллективного» сознательного. Нарушается обмен опытом между сотрудниками и взаимопонимание.

Несмотря на все вышеперечисленные преимущества и недостатки, я являюсь ярким приверженцем именно домашнего офиса. При правильном и четком планировании времени самого сотрудника и четкой координации действий со стороны руководства – домашний офис является самым оптимальным для большинства офисных сотрудников. Согласен с тем утверждением, что это может повлечь за собой дополнительные вливания в реорганизацию трудовых процессов: покупка ноутбуков, настройка сетей доступа (если она вообще есть), дополнительная защита данных и так далее. Но каждый должен решать сам, что ему важнее.

Знаю руководителей, которым нужно само чувство «власти». Им нужно знать, что они имеют власть над своими подчинёнными и могут ежедневно давать «распоряжения» и «делать выговоры». Тут каждый должен решать сам, что ему важнее: слаженность процессов, результативность сотрудников, прибыль компании или утешение самолюбия за счет подчиненных.

Контроль за рабочим временем. Если в маленькой фирме каждый знает, кто и когда приходит, то вести учёт рабочего времени сотен тысяч сотрудников по всему миру очень хлопотно. Для этого корпорации выдают электронные пластиковые карты, которые, заходя в здание, нужно «пробивать». То есть, пришел на работу – пробил карту, уходишь с работы – опять пробил. В сети можно всегда посмотреть, сколько часов ты отработал. Помимо учета времени, корпорации контролируют перемещение сотрудников по территории компании. Многие двери открываются только с помощью этих карт, и поэтому невозможно пройти из одного здания в другое, не пробив несколько раз эту карту. Если у отдела по контролю за сотрудниками возникнет вопрос, где вы были в такой-то час или день, то можно всегда проследить ваше месторасположение.

Надеюсь, ни у кого нет сомнений в том, что электронные карты для этого и вводятся по всему миру, чтобы легче можно было отследить ваши действия, если что-то «кому-то» не понравится. Корпорациям эти карты очень облегчают жизнь. Если ты забыл такую карту, то ты останешься без еды в столовой. Либо придется ехать домой, либо кушать на улице. Но на территории корпорации твое перемещение будет крайне ограничено. Про видеонаблюдение уже даже не приходится говорить. Оно везде и всегда. Эдакая тюрьма. Только в тюрьме ты сидишь и день, и ночь, а тут на ночь домой отпускают.

Цели и задачи каждого. Такое ощущение, что корпорации учились по Суворову. Каждый сотрудник в корпорации имеет четкое представление о том, что от него требуется в каждодневной работе, и каждый знает свои личные цели. Раз в год руководство наедине с подчиненным проводит обсуждение тех целей, которые были поставлены в начале года. Мы уже знаем, что все показатели должны быть выражены в числах. Сколько клиентов от вас ушло, сколько вы продали, сколько жалоб на вас поступило, какие вы прошли курсы по повышению квалификации, и чем они пригодились вам в повседневной работе. И многое другое, что руководство сочтет нужным обсудить. Разумеется, что и сам сотрудник должен задавать вопросы и получать на них четкие ответы. Что его не устраивает, что мешает, что хочет

исправить, а что не может изменить. В общем, все то, что накопилось за год работы, все обсуждается в этот день. Как правило, такой разговор длится около 2 часов. Не всегда это можно назвать приятным разговором, но если ты замыкаешься и держишь в себе обиду, то это влияет на ход работы и, как следствие, на показатели для компании.

Представьте, что ваши дети радостные, весёлые, и все вроде хорошо. Но вы замечаете, что вашу дочь что-то гложет. Вы все не находите время у неё расспросить, а на бегу разговора не получается. Вот для этого и нужно выделить время и поговорить по душам. Именно так и поступают в корпорациях.

Алкоголь. Многие из вас знают, что в любой уважающей себя компании категорически запрещено появляться даже с легким запахом «перегара». Это распространяется как на обычных сотрудников, так и на топ-менеджмент. Никто не имеет права прийти на работу даже после одной бутылки пива, не говоря уже о большем количестве спиртного. На эту тему я написал в разделе «контроль и запреты», поэтому сейчас мы не будем заострять на нем свое внимание.

Собеседования. Сразу о главном. Никто, повторяю, никто и никогда не задаёт глупых вопросов про то, кем себя ощущает претендент на данную вакансию. Весь интернет забит мифами о том, что на Западе все компании задают кучу «психологически коварных» вопросов: с каким животным себя отождествляет соискатель, почему он сегодня именно в зеленых ботинках, а не в пурпуровых, или что вы можете рассказать о себе хорошего.

Глупые вопросы, конечно, задают, но это не корпорации, а небольшие фирмы, руководители которых тешат своё самолюбие и просто развлекаются. Есть разные начальники и разные соискатели. Кто-то с превеликим удовольствием о себе все расскажет и будет рад. А кто-то, наоборот, замкнут и не любит распахивать двери личной жизни.

Корпорации никогда не будут задавать вам вопросы типа: «Какие у вас есть недостатки?». На собеседовании ставятся четкие вопросы, которые должны показать вас как профессионала или наоборот, доказать, что вы не достаточно хорошо владеете своей профессией. Если это не медицинский тест, то он должен относиться к вашей работе непосредственно. Вы должны быть профессионалом до мозга костей. Ваши разноцветные носки или булавочка на колготках «на счастье» никого не интересует. Это ваше личное дело. Корпорации важно только то, что она от вас может получить как от работника и профессионала. Точка.

Ещё одна веская причина, по которой не ставятся «неудобные» вопросы – законодательство. Вы же прекрасно знаете, что один неверно сформулированный вопрос про то: «Чем вы любите заниматься в свободное время», и кандидат может подать на вас в суд за «домогательство» на собеседовании. Поэтому запомните, только четкие вопросы по делу и касательно работы. Всё остальное - это личное дело каждого. Маленький совет соискателям. Если вас просят пройти всевозможные бредотесты или задают массу вопросов, которые никак не относятся к работе и вашим профессиональным качествам, то это не самый лучший работодатель. Ничего хорошего из него не получится, и он скоро исчезнет с рынка. Это просто факт, который подтвержден временем. Корпорации знают, что на войне солдат должен воевать и подчиняться приказам, а не рассказывать всем о том, что у него есть любимые домашние животные или о том, что его хобби выращивать помидоры на огороде. Вот если мы все пойдем в ресторан с коллегами, там можно это все рассказать и даже показать. А собеседование должно показать, хороший вы солдат или нет. Справитесь с поставленными задачами или нет. Помидоры на огороде, конечно,

могут помочь в «раскрытии» ваших возможностей и «талантов», но корпорации не идут по такому тернистому пути.

Обозначения вакансий и позиций. Все красивые и длинные слова, которыми сейчас принято называть те или иные вакансии, пришли тоже из корпораций. «Global Marketing Service Coordinator» - это обычный «начальник по закупкам», если посмотреть описание вакансии. Зачем российская компания, состоящая из двухсот человек, занимающаяся сбытом продуктов питания, публикует вакансию с таким именем? Можно предположить, чтобы выглядеть ещё крупнее и ещё успешней. Знаете, как павлины распускают хвосты, чтобы казаться больше и красивее, если видят партнершу.

Корпорации дают такие длинные обозначения, потому что имеют широкий спектр задач для той или иной позиции. Правда и то, что если убрать из обозначения вакансии одно слово (допустим Service), то это уже будет несколько другая позиция и требования к кандидатам будут иными. А уж тем более, если убрать слово «coordinator» или «senior». Поэтому нельзя просто бездумно брать обозначения американских вакансий и применять к себе. Ну, это примерно так же, если вы будете называть себя, допустим, не просто Антон Викторович, а Антон-сан ибн Виктор. Как бы красиво не звучали те или иные вакансии на английском или французском языке, старайтесь понять их истинное значение. А поняв суть, написать их по-русски. В самом начале я упомянул, что люди давно перестали понимать смысл этих вакансий. Они, заступая на работу, первое время вообще не понимают того, что от них требуют. Вроде все понятно, хотя объяснить суть их задачи они не в состоянии. Одни абстрактные слова и значения. Откуда в таком случае будет результативность, если самой цели не видно? Ваша цель просто потонет во всех этих красивых и непонятных значениях. Вам это нужно?

Кстати, то же самое бывает и в США. Если человек работал раньше в небольшой компании, где трудилось несколько десятков или сотен человек, то, придя в корпорацию, он просто теряется. Все то, что вчера находилось на одном складе и в одной папке, теперь находится по всему миру, и доступ к каждому документу нужно письменно просить у руководства. Не забыв при этом пройти через всю бюрократическую цепочку, клятвенно заверяя, что вам нужен этот доступ не для того, чтобы удовлетворить ваше любопытство, а для того, чтобы работа не стояла.

«Доверительное рабочее время». Надо сказать сразу, что это время применяется исключительно к руководителям и сотрудникам, которые проводят большую часть своего времени в командировках, либо их работа связана непосредственно с разъездами по стране и за её пределы. Тут никто не ограничивает ваше время пребывания на рабочем месте или дома, в машине или на переговорах с клиентом. В ресторане или в гостинице, в такси или поезде. Вы сами решаете, где и когда быть. От вас будут требовать хороших показателей и результатов. Если вам нужно сегодня поработать всего 1 час, то ваше право, но если завтра придётся 2 суток не спать, а подготавливать план сотрудничества с партнёром или отчет для высшего руководства, то вы обязаны это выполнить без лишних вопросов. Свобода действий и четкое достижение поставленных целей

Все вышеперечисленные методы описаны для офисных сотрудников. Но для тех, кто работает непосредственно на производстве, не относится ни одна из вышеперечисленных возможностей регулирования собственного времени. Как я уже упомянул, если смена начинается в 5 утра, то они должны быть ровно в 5 часов утра за станком. Также не забываем, что у них есть одно

преимущество перед офисными сотрудниками. Самый обычный работник за станком зарабатывает больше, чем офисный сотрудник с образованием того же училища или техникума. Справедливости ради надо сказать, что люди за станком получают ещё большие деньги за сверхурочные работы и за работу по выходным, чего нельзя сказать об офисных обитателях. Офисным людям корпорации практически никогда не платят сверхурочные. Есть, конечно, положительные примеры, но это очень большая редкость в наши дни.

Независимо от вашего иерархического положения в компании, вы обязаны извещать непосредственных коллег и клиентов о вашем местоположении. Как правило, это происходит рассылкой имейла, в котором вы сообщаете, где, когда и как долго вы собираетесь провести время. А самое главное, как с вами можно связаться в экстренном случае. Если вы уходите в отпуск, то обязательно пишите имя, фамилию и телефон человека, который будет временно выполнять ваши обязанности.

Те люди, которые часто проводят время в командировках, обязаны вести специальные списки, в которых указана дата, время и место их пребывания. Как правило, вы планируете свои поездки на один год вперёд, а в течение года вы просто вносите необходимые изменения. Но в любом случае, все сотрудники могут открыть данный файл и в любой момент посмотреть ваше местоположение и ваш план на год.

Клиентский отдел даже в обеденный перерыв должен иметь хотя бы одного сотрудника, который сможет отвечать на звонки. Даже если сам сотрудник не сможет помочь в решении какого-то вопроса, то он запишет суть дела и информирует ответственного человека. В данном случае важно то, чтобы у клиента не сложилось впечатление, что компании безразличны её клиенты. Вы же сами сталкивались с таким чувством, что в компании царит «пофигизм», когда ты звонишь несколько раз, а на том конце никто не берёт трубку. И всё это в разгар рабочего дня.

Не забывают и об обратной связи с сотрудниками всех отделов. Любой человек в компании не должен иметь сдерживающих факторов. Примерно раз в три месяца каждый сотрудник компании получает анкету, в которой он вписывает все те факторы, которые мешают ему в повседневной работе. Это может быть шум из окон, зависание системы или отключение серверов, часто возникающие ошибки в работе офисного оборудования или недостаточное освещение здания и многое другое. В общем, абсолютно любая помеха, которая затрудняет выполнение рутинной работы. Как только руководство видит, что какой-то пункт набрал достаточное количество голосов, то идёт распоряжение на его устранение. Естественно, если лично вас раздражает ваш коллега, то никто не будет его «устранять», как бы вам того не хотелось.

Когда приходит новый сотрудник, его должны полностью «обмундировать» и обучить в течение первых трёх месяцев. Только после этого срока его выпускают на поле «боя». За это время он должен познакомиться со структурой компании, её сотрудниками, особенностями, выучить местный язык и, самое главное, четко понять, что от него требуется. И всё это должно быть залито корпоративным соусом преданности и непоколебимости.

В течение первого месяца он сидит рядом с вводящим в курс его человеком, смотрит через плечо, как коллега работает, и уже по ходу работы задаёт вопросы. По истечении этого времени он получает подготовленное для него рабочее место и перенимает некоторые обязанности, но под присмотром опытного коллеги. Вся работа новичка контролируется и проверяется. Только по истечении трёх месяцев сотрудник перенимает вверенные ему задания. Самое главное, чтобы после этого срока у него не возникало самых элементарных вопросов, а также не возникало ошибок. Исправление каждой ошибки может потребовать уже участия нескольких сотрудников и, как правило, повлечь за собой непредвиденные затраты. Если новый сотрудник просто не в ту строку впишет лишние два нуля, то результатом этого может быть выставление счета не на 10 000 условных единиц, а уже 1 000 000. Поэтому лучше дать ему на пару недель больше времени, чем проводить дни на решение возникших проблем.

Достаточно много времени уделяется тому, чтобы сотрудники одного отдела делились опытом между собой. Команда должна между собой делить знания, которые у них есть. Не бегать каждые 15 минут к начальству или расспрашивать клиента. Если один человек уже сталкивался с возникшей проблемой, то он не должен сидеть и отмалчиваться. Тут включается в работу уже отношения между сотрудниками в отделе, которые порой очень и очень непростые. Тем не менее, глава компании, равно как и начальники отделов, должны стараться устранять эти разногласия, во всяком случае, чтобы они не препятствовали передачи опыта внутри компании.

Если вернуться в армейский мир, то бойцы должны делиться знанием того, как почистить оружие, если оно упало в воду, или какое животное лучше поймать, если кончилась еда. То есть, такие маленькие хитрости, которые позволяют достичь результата, затратив при этом меньше сил и времени.

Случается так, что одна и та же системная ошибка возникает периодически, но по какой-то причине до сих пор не устранена. Для этого можно создать отдельную папку, в которой будет описываться проблема и методы её решения. Делается это так: тот, кто первый с ней столкнулся, делает краткое описание возникшей проблемы и способ её решения. Даже если будет снимок экрана и рукой написано «нажать сюда и проблема уйдет». В любой момент его коллега поднимет документы и по описанным шагам сможет самостоятельно решить проблему. Вообще всегда старайтесь искать подходящие именно для вас и вашей компании методы решения проблем и возникающих задач. Даже если они будут вам казаться нелепыми или абсурдными – если это поможет в решении, то без раздумий пользуйтесь ими.

Бесполезность. В данный момент самым бесполезным прибором в офисе является «факс». Как показывает практика, им пользуются только маленькие фирмы, которые никак не могут принять тот факт, что электронная почта – это быстрее, удобнее и надежнее. Зачастую факсы уже не воспринимаются как документ, подлежащий рассмотрению. Если говорить откровенно, то есть такие сотрудники, которые выкидывают факсы прямо в мусорное ведро. Если потом кто-то утверждает, что он посылал вам факс, то вы с изумлением хлопаете глазами и говорите, что никакого факса не было. Скорее всего, кончилась бумага, или линия была занята, да и вообще факс часто поломан. А если они и приходят по назначению, то их рассматривают часто в самую последнюю очередь, потому что все клиенты пишут по электронной почте или звонят по телефону. Таково сегодняшнее положение дел в самых крупных корпорациях.

Может кто-то из вас читал исследования про длину приказов, которые отдавали русские, японцы и американцы во время Великой Отечественной? Так вот, американцы всё учли, и теперь применяют это на поле боя в бизнесе. Ниже я привожу два самых распространённых сокращения, которые используются в повседневной работе.

Сокращение «ДЛИ» означает «для твоей информации» (англ. «for your information» - FYI). Применяется в том случае, когда не требуется действия с вашей стороны, но вам следует прочесть сообщение и принять во внимание. По факту, вас могут потом пригвоздить, если вы его не прочитали и в нужный момент не применили данные из него. Поэтому читается всеми и всегда. Допустим, ваш коллега договорился о цене с вашим клиентом, пока вы болели. А клиент ответил, что «согласен с ценами и скоро сделает заказ». Ваш коллега просто пересылает вам его ответ, написав «ДЛИ». То есть, клиент пришлёт свой заказ, а вы не должны будете удивляться, почему он не поговорил с вами перед этим.

Вот примерно так и работает это сокращение. Я знаю, что многие компании в России и других странах применяют такие сокращения, но я уверен, что не все знают такие маленькие вспомогательные детали, которые помогут в работе. Идём далее.

Сокращение «ДИС» означает «Для исполнения» (англ. for your attention“ - FYA). Если вы получили e-мэйл, и в нем стоят эти три буквы, то это означает, что от вас требуется какое-либо действие. При его неисполнении это рассматривается как отказ от работы. Хотя слово «attention» переводится как «внимательность» или «забота», но мы вспоминаем, что корпорации имеют свой язык, который придется учить всем тем, кто раньше работал в маленьких компаниях. Кстати, по этой причине часто происходят недопонимания между новичками и более опытными коллегами.

Применяются и другие сокращения, но они специфические, в зависимости от отрасли, в которой работает корпорация и определенный отдел. У инженеров они одни, а на производстве другие. Эти сокращения действительно помогают в каждодневной работе, когда всё отлажено, и все введены в курс дела.

Часто бывает и так, что сотрудники бегают по офису, как ужаленные пчёлами, а работа стоит на месте. Есть даже такой фильм для руководителей корпораций (кстати, его нет в открытом доступе), в котором приводят примеры исчезнувших компаний. В примере был показан офис компании, в которой все сотрудники, в буквальном смысле, бегают по офису, что-то живо обсуждают и порой кричат. Ежеминутно они встают, обращаются к коллегам и делают звонки. В общем, на первый взгляд создается устойчивое впечатление, что у них так много работы, что они не могут с ней справиться в нормальном режиме. Оказалось, всё намного проще: они просто не организованы в своих действиях. То есть, они не знают, кто, куда и зачем должен идти, кто ответственен за те или иные процессы, и где лежат нужные документы.

В некоторых японских корпорациях есть такая «традиция». Если они видят сотрудника, который занят «до невозможности», то они ему подкладывают ещё больше работы. Типа «учись работать организованно», в противном случае мы будем тебе подкидывать работёнки до тех пор, пока ты не научишься самоорганизации.

Кстати, именно в Японии впервые стали востребованными перевозчики «очень» срочной доставки. Это те перевозчики, которые никогда не уедут, пока не доставят груз. Объясню подробней. Вы производитель, допустим, медицинского оборудования. Ваш клиент звонит и говорит вам, что срочно нужно доставить запасную часть к кислородному концентратору. Вы звоните перевозчику, который приедет к вам уже в течение 30 минут, и вы ему отдаете эту запчасть. Он уезжает к клиенту. Приезжает на место, а клиента нет, он уехал по срочным делам. Так вот, этот перевозчик будет сидеть под дверью хоть неделю, хоть месяц, но посылку доставит лично. Останется только ему заплатить за просиженное время, но он гарантирует, что посылка доставлена именно тому, кто указан в накладной. У такого перевозчика даже вертолет есть в распоряжении. Главное – это цена вопроса. Он доставит куда угодно любую посылку, и вы можете спать спокойно. Кстати, если вы думаете, что это может организовать любой перевозчик, то вы ошибаетесь. Зарекомендовать себя на все 100 процентов - это очень сложно. Кто работал в этой сфере, тот знает тонкости. Именно за 100 процентную гарантию берётся пятикратная, а то и десятикратная сумма за доставку. Но люди знают, что компания выполнит заказ, во что бы то ни стало. Часто бывает так, что в посылке лежит одна деталь на 10 долларов, а пересылка стоит 1000 долларов. Теперь вернёмся в трудовой процесс простых сотрудников.

Если у вас сложилось впечатление, что о сотрудниках в корпорациях заботятся как о людях, то тут вы ошибаетесь. Им вообще безразличны человеческие судьбы как таковые. Люди - это расходный материал, равно как и потребитель, который должен просто тратить свои деньги на покупку не нужного ему товара. Работники должны быть как хороший солдат, но не более. Не болеть, не иметь эмоций, но выполнять четко свою работу. Корпорации с превеликим удовольствием нагружают непомерной работой всех и вся, не заботясь о нервных срывах, истощениях, частых самоубийствах на нервной почве и прочих прелестях этого «корпоративного духа». Им важно выжать вас, как лимон, чтобы вы приносили максимальную прибыль. Если вы завтра не сможете работать, то это не их проблема. Вам найдут замену в течение одной недели, так как они давным-давно имеют в запасе человека, который может в любой момент занять ваше место и начать выполнять ваши обязанности. Вы же не могли подумать, что вы незаменимы? Всегда в отделе кадров ведется как бы «двойной» учет. Над вашим персональным номером в отделе кадров числится как бы ваша тень, ваш двойник, который при отсутствии сможет в течение двух-трёх дней полностью заменить вас, чтобы отряд не заметил «потери бойца». Многие об этом даже не подозревают, что у них есть такая тень. Причем эта «тень» может быть вашей коллегой за соседним столом, однако вам никто об этом не скажет. Но вернёмся к нагрузке обычных сотрудников.

Корпорации с превеликим удовольствием нагрузят вас работой так, чтобы у вас только оставались силы дойти до дома, выспаться и завтра снова в бой. Однако после проведённых исследований они поняли, что чрезмерная нагрузка также не проходит даром, как бы они этого не хотели. Дело в том, что у любого человека включается механизм самозащиты, и он просто перестаёт нормально работать. У японцев есть даже термин на этот счет «кароси». Означает смерть на рабочем месте от переутомления. Но даже если сотрудник не умер, то усталость даст о себе знать очень скоро.

И в первую очередь, это отразится на самой компании. Коллеги перестают нормально общаться между собой, сотрудники начинают грубить клиентам, растёт недовольство уже со стороны

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

клиентов, и они выражают своё недовольство высшему руководству. Круг замыкается. А если в игру вступает пусть и маломощный, но всё-таки существующий профсоюз, то начинается разбирательство уже и на этом фронте.

После долгих раздумий было принято решение, которое не позволяло больше перегружать сотрудников, однако были вложены деньги в разработку автоматизации делопроизводства. Это и передача рутинной офисной работы в другие страны, и замена бумажного документооборота на электронный; написание программного обеспечения, которое также позволит предотвращать механическое вмешательство для экономии времени и многое другое. В общем, в данный момент они ищут некий компромисс между разумной загрузкой и максимальной отдачей.

Сотрудники в корпорациях работают исключительно в командах, а не поодиночке. Ведь всегда легче побеждать командой, и сплоченность людей для достижения целей является неременным условием. Это касается как внешней деятельности, так и внутренних задач. Если руководство ставит задачу, то для решения задачи подбираются сотрудники, которые имеют в этой сфере необходимые знания. Выбирают костяк из сотрудников разных отделов и лидера, который задает тон всей команде, одновременно следя за выполнением поставленных задач. Если вы лидер, то вам предоставят практически любые материалы и помощь. Если нужна внешняя поддержка каких-то специалистов, то в краткий срок будет найден тот, кто сможет помочь знаниями и советом. Но цель должна быть достигнута. В этом ваша главная задача.

Знаете, корпорация очень похожа на машину по добыче золота, которая оставляет после себя безжизненные котлованы. Этой адской машине без разницы, какие леса тут стоят и какие животные тут обитают, если тут есть золото – она будет рыть, пока не будет добыт последний грамм.

Если мы сравниваем корпорацию с армией, то страна или город должен быть захвачен практически любой ценой. У них нет времени на рассуждения о вечном и прекрасном. Если цель оправдывает средства, то будет выделено столько пушечного мяса и оружия, сколько потребуется. Разумеется, разбрасываться солдатами никто не хочет, но война без потерь не бывает. Есть цель, есть средства, а значит, преграды нужно преодолевать. Какими средствами достигаются цели, можно узнать из книги Джона Перкинса «Исповедь экономического убийцы».

Глава одиннадцатая

Главные преграды нашей жизни - в нашей голове. Между мозговыми полушариями.

Давайте вместе узнаем немного полезной информации о нашем драгоценном мозге. Наше левое полушарие отвечает за числа, даты, факты, математические символы, контроль речи и письма. А вот правое полушарие нашего мозга - это наши фантазии, мечты, образы, музыка, искусство и так далее.

Абсолютно каждый из нас имеет те или иные предрасположенности, но в любом случае, развитие обеих частей мозга очень важно в нашей жизни. В бизнесе может пригодиться абсолютно все, что мы учили. В западных и японских корпорациях очень ценятся сотрудники,

которые умеют мыслить нестандартно, глобально и не форматно. На них идёт целая охота, которая не прекращается ни днём, ни ночью. Зарабатывают такие сотрудники очень недурно, хотя деньги их не сильно интересуют, если не сказать, что вообще не интересуют. Надо заметить, что такие самородки практически никогда не становятся руководителями, им этого не нужно. А если быть до конца честным, то они и не стали бы хорошими руководителями. Их задача мыслить.

Вы помните, как спрашивали свою жену или своего мужа, что он думает по тому или иному поводу? Ну, вам просто важно непредвзятое мнение со стороны, даже если ваш супруг ничего в этом не понимает. У вас просто нет такого человека, которому вы могли бы рассказать о своих планах, сомнениях и целях в бизнесе. У ТНК такие люди есть. Зачастую именно к ним, а не к женам, или мужьям обращаются за помощью в сложных или нестандартных ситуациях.

Все вышесказанное я привёл для того, чтобы вы ещё раз убедились в том, что знания – это самый ценный продукт, и он им останется навсегда.

Мы сейчас разберем несколько примеров, которые показывают гибкость корпораций в подходе к бизнесу. Вот пример. Ваша компания производит только сборку приборов, но заказывает все детали у стороннего поставщика. Вам звонит поставщик и говорит, что он исполнил условия по контракту и более не будет его продлевать, так как невыгодно производить для вас. Маленькие обороты у вас, рынок не настолько перспективен, да и новую машину (станок) нужно покупать. Короче, не будет больше вам поставлять.

Первая ваша реакция – это мат, причем трехэтажный. Ваш бизнес под ударом, семья, дети и так далее. Поразмыслив, вы добиваетесь встречи с руководством компании поставщика и предлагаете следующий вариант: вы сами покупаете новую машину (станок) для производства нужных вам деталей и сдаете её в аренду. Ведь у вашего поставщика есть нужное помещение, электропроводка, инструмент и специалисты, а вы просто вкладываете деньги. После нескольких переговоров по ценам, срокам и условиям нового контракта, вы приходите к общему знаменателю. Ваш бизнес продолжает работать, пусть и с непредвиденными расходами на машину. В любом случае, вы выиграли время, чтобы перегруппироваться. Поэтому попытайтесь найти выход из любой ситуации путём переговоров и предложений. Как бы ни было сложно, постарайтесь не делать поспешных решений и попробуйте отключить эмоции.

Разберём другой пример гибкости ума наших партнеров. Если вы были в США, то наверняка знаете, что они погрязли в кредитных пластиковых картах. Так вот, если вы потеряли свою карту, если её украли или у вас просто появился вопрос к компании, то вы набираете номер телефона в США и общаетесь с оператором по имени, допустим, Синди. Она решает ваш вопрос или обещает решить. Всё прелестно. Вот только никто из американцев не в курсе, что набрав номер в США, они были перекинуты в Индию и разговаривали не с Синди, а с девушкой, которую на самом деле зовут Айшварая, и она ни разу в жизни не была в Штатах. Она даже не видела своего начальника, хотя уже 10 лет работает на эту компанию.

Крупный бизнес на Западе вообще любит делать ходы конём, и надо признать, что у них это получается. Еще несколько десятилетий назад одному сотруднику пришла в голову сумасшедшая, на первый взгляд, идея, которой он и поделился со своим начальством. Он

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

предложил обучить индийцев американским диалектам и различному жаргону и передать все функции телефонной поддержки в Индию. Сначала это казалось просто не реальным. Как можно за несколько месяцев обучить тому, что люди учат всю жизнь? Оказалось, можно. После того, как они пригласили нескольких лингвистов и психологов, они пришли к выводу, что потребуется около года на подготовку одного такого сотрудника в Индии. Единственным условием является то, чтобы сами индийцы слышали ежедневно живую речь. До сих пор практически никто, я подчеркиваю, никто из американцев даже не подозревает, что они общаются на «американском английском» с человеком, который никогда не был ни в США, ни в офисе этой компании, и вообще его даже зовут не так, как он представляется. Да, и получает он в 12 раз меньше, чем его американский коллега. Об этом могут знать только сами сотрудники этой корпорации, да и то не все.

В сфере информационных технологий всё то же самое. Вы сидите в офисе американской корпорации, который находится в Киеве, и вам привозят компьютер со склада из Тайваня. Чтобы его настроить и подключить к сети, вы набираете номер в США, откуда идёт переадресация на Бразилию, в компанию, которая вообще никак не относится к корпорации и которая имеет головной офис в Праге. Самое интересное, что по ходу разговора с поддержкой на английском языке может выясниться, что человек родом из Киева, но работает по контракту на немецкую фирму, которая в данный момент имеет договор с французским филиалом дочерней компании, которая сидит в Сиднее. Шуточный пример, но он отражает положение дел в этой сфере. Слегка запутанно, но со временем привыкаешь.

Корпорации умудряются даже бумажную работу раскидывать по миру. Обработку имейлов, поиск информации, сортировка данных, сканирование, рассылка почты, регулярные уведомления или приглашения и многое другое. Для всего они находят решение, и все, как ни странно, отлично работает.

Также крупные компании очень часто дробят бизнес. В интернете крайне мало информации на эту тему, и можно подумать, что этим люди не занимаются вовсе. Корпорации дробят настолько мелко, насколько это возможно. Некоторые считают, что это делается для налоговых выгод. Это верно, но лишь отчасти. Главной причиной дробления является максимальная гибкость, которую получает корпорация после «измельчения». Скажите, что легче перенести с одного места на другое: один огромный камень, весом в 300 кг, или 20 мелких камней, каждый по 15 кг? А как быть, если вам нужно 10 камней в одном месте, а другие 10 совсем в другом?

Это и есть ответ на вопрос, для чего корпорации дробят себя. Если возникает необходимость в переброске какой-то части компании вместе с сотрудниками в другую страну, то легче просто отсоединить один блок от корпорации и подключить его в другой части мира. Такие универсальные переносные модули, которые можно подключать как между собой, так и к другим корпорациям-партнёрам. Отделяют в отдельные модули буквально всё, что можно: уборщиков, перевозчиков, упаковщиков, охранников, ремонтников. В общем, всё, что можно собрать в один модуль, чтобы при необходимости его отсоединить или вообще выбросить. Ну не нужно столько уборщиков, заменят их роботами. Легче ведь объявить в этом модуле банкротство и компанию распустить, а при надобности собрать новый модуль, только такой,

который будет соответствовать новым требованиям. Гибкость – самая важная черта в работе корпораций. Они идут на любые хитрости и приёмы, чтобы не выпустить «добычу» из рук.

Вопрос к читателю: «Вы пытались из пасти собаки вырвать палку?» Пусть даже играючи. Если у вас была или есть собака бойцовой породы, то вы замечали, что они стараются всегда палку держать задними зубами, так как именно задние зубы более мощные. Как только собака не выдерживает и случайно перехватывает палку передними зубами, то начинает уже сильно злиться, так как понимает, что передние зубы более слабые, и она может потерять палку. В этот момент собака может даже укусить вас за руку. У нее нет другого выхода. В противном случае, она вынуждена будет отдать вам палку, а она очень этого не хочет. Вот корпорации поступают так же. Когда они держат ситуацию под контролем, то они относительно спокойны. Но когда чувствуют, что рынок уходит из-под ног, то будут вынуждены применить любые методы, которые очень болезненные для людей.

Всё еще улавливаете ход мысли? Тогда идём далее. Строительные компании в России до сих пор задаются вопросом, почему корпорации так не любят строить здания для себя самих, предпочитая снимать в аренду. Ведь любой человек так и хочет занять свою квартиру, свой дом, своё здание, свой склад, свою территорию. Все мы хотим, правда? Да, но это всё не относится к корпорациям. Они везде и нигде, они все и никто. Для них важна гибкость и не привязанность к определенному городу или государству. Мы уже говорили, что всё течёт и меняется, но интересы ТНК остаются неизменными – они остаются транснациональными. Им не важны такие сентиментальности вроде выкупленного здания. Они должны знать, что вся страна и её рынок принадлежит им. Понимаете теперь их мышление? Они могут арендовать целый город, но если нужно будет, они в любой момент смогут его покинуть и перевести своё производство и офисы на другой конец мира.

Корпорациям ближе принцип, по которому жил Ясир Арафат, который говорил: «Ни ночи в одном и том же месте». Так он всю жизнь и кочевал. В его случае он руководствовался принципами своей личной безопасности, а в случае с ТНК они руководствуются «корпоративной» безопасностью. Мало ли что может произойти в этой стране через пару лет, а мы здание выкупили, которое стоит несколько миллионов. Легче ежемесячно платить аренду и даже строить «под себя», но ни в коем случае его не покупать. Так и кочуют уже десятки лет из страны в страну, из города в город, с континента на континент. Вот такие вот, казалось бы, мелочи, которые объясняют очень много.

Крайне необходимо помнить, что чем большей информацией вы располагаете, тем больше возможностей появляется. Ни в жизни, ни в бизнесе нет мелочей, а есть детали.

Скажите, сколько раз вы говорили в жизни, что, мол, «это мелочи»? Я думаю, что как каждый нормальный человек довольно часто. Наши партнеры практически никогда не употребляют этот термин. Для них нет «мелочей», для них есть «детали». Чем большей они деталей о вас будут знать, тем уверенней они вас положат на лопатки.

Вы не задумывались над тем, что отличает обычного врача от хорошего врача? Врач – это человек, который выучился профессии в ВУЗе и работает по своей специальности, помогая больным в меру своих возможностей. А что отличает хорошего врача от простого врача?

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Именно то, что хороший врач знает все тонкости той или иной болезни, может посоветовать способы излечения, учитывая ваш возраст, образ жизни и другие индивидуальные особенности.

Получается, что хороший врач знает гораздо больше тех самых «мелочей», и именно это делает его «хорошим» врачом или «очень хорошим». Значит, в случае с врачами нет «мелочей», потому что речь идёт о нашем здоровье и жизни. Так вот именно по такому принципу работают корпорации. Не важно, в какой вы сфере работаете, вы должны быть очень хорошим специалистом, который знает все детали. И чем больше деталей вы знаете, тем больше вас будут ценить люди, и не только компании. Как мы понимаем из вышеприведённых примеров, именно отличные знания деталей могут сделать из невозможного возможное. Тем самым дать конкурентное преимущество хоть в бизнесе, хоть в жизни. ТНК не смотрят себе под нос, они смотрят и вверх, и вниз, и назад, и вперёд, углубляясь во все тонкости дела. Они думают, мыслят и играют глобально. Именно этот пункт отличает их от нас.

Часто мы настолько сконцентрированы на происходящем только у нас в районе или, в лучшем случае, у нас в городе, что о стране говорить уже не приходится. Оглянитесь вокруг и посмотрите, сколько развелось «бизнес-тренеров», которые обучают «впаривать» никому не нужный товар. Сколько завезено американских книг по «маркетингу» и «искусству продаж», которые с утра до ночи только и учат нас, что мы должны уметь продавать товар и уметь делать рекламу.

Но теперь попробуйте найти современную литературу американских авторов, в которой с таким же успехом описываются различные производственные или технологические процессы. Нет, вы попробуйте. Вот прямо сейчас. Давайте даже сделаем проще. Когда в Россию привозится какое-либо оборудование, то даже приезжают западные специалисты по его установке и запуску. А если оборудование выходит из строя, то вам придётся оплачивать приезд ремонтника, который берёт от 200 долларов в час, плюс проживание и плюс питание. А если вы захотите попросить местного специалиста устранить неисправность, то вы потеряете гарантию от производителя. Выбирайте сами. Либо платить за западных специалистов, либо лишиться гарантии.

Запомните, их задача предотвратить в России появление любого производства и появление любых специалистов. Никаких станков. Из России нужно вывозить только её природные ресурсы и рабочую силу. Их цель: Россия должна только уметь продавать и потреблять готовые товары, которые разрабатываются и производятся только на Западе.

То есть, на Западе станки и специалисты, а в России - только лес и лесорубы-потребители.

Наши партнеры сделают все, чтобы у нас не было хороших инженеров, математиков, врачей, физиков и химиков. Все эти специалисты должны жить и работать на Западе, но никак не в России.

Вы очень ошибаетесь, если думаете, что большой бизнес и большая политика – это где-то там, далеко. Она касается даже ваших детей, которые ещё не родились. Уже не приходится говорить о том, что политика внутренняя и внешняя касается любого предпринимателя и бизнесмена. Вы очень ошибаетесь, если думаете, что люди во всем мире живут и видят сны,

чтобы вы стали производить самые лучшие автомобили, самолеты, ракеты, одежду, обувь или продукты. Вы ошибаетесь, если думаете, что западные партнеры вас оставят в покое. Вы очень сильно ошибаетесь, если думаете, что именно вас эти строки не касаются.

Идёт жесточайшая борьба за знания, информацию и профессионалов в любой сфере. Тот, кто владеет информацией – тот владеет миром. Эти строки сказали не мы, а они, на Западе. Если мы это хоть на минуту забудем, то нам вряд ли получится наладить нашу жизнь.

Вот на этой оптимистичной ноте я хотел бы закончить эту главу.

Глава двенадцатая

В определенных границах всё можно. Скажем, на пастбище...

Владислав Гжещик

В корпорациях можно всё, что разрешено руководством. Это нужно помнить даже мухам, которые случайно залетают на территорию. И знаете, что самое главное, за чем осуществляется непрерывной контроль? За информацией. Ни комар, ни человек не должен знать больше того, что ему позволено знать. Никто не должен владеть большей информацией, если на это не предусмотрено руководством компании. Каждый файл, каждый документ, каждая папка имеет свой уровень доступа (вам это опять не напоминает армию?) Вся внутренняя система имеет также разные уровни доступа. Чем меньше ваша позиция, тем более ограничены в доступе к любой информации. Речь о папке «Доступ только ограниченными лицам» вообще не идёт. Сейчас речь идёт о самых обычных рабочих документах, которые ходят между сотрудниками в каждодневной работе.

Если вы инженер, то вы не имеете доступа к документам по продажам. Если вы бухгалтер, то не имеете доступа к складским папкам. Если вы кадровик, то не имеете доступа к производству и так далее. У каждого строго отведённые ему шаги в системе, которые преодолеть в принципе невозможно. Доступ на открытие какой-либо виртуальной папки должен быть официально запрошен, после чего рассмотрен отделом контроля и передан на одобрение руководству. Только после одобрения он будет спущен отделу контроля, и тогда вам откроют эту папку. Вся процедура занимает примерно одну неделю, может и две.

Причина кроется в том, что по статистике каждый третий сотрудник мстит своему бывшему работодателю посредством раскрытия информации. Очень часто эта информация уходит совершенно бесплатно прямым конкурентам. Если ты продаешь информацию конкурентам, то это уже преступление, а если даришь, то вроде как бы благое дело делаешь. Вот для этого и существуют крайне жесткие меры по ограничению информации среди сотрудников. Вот теперь снова спросите себя, чем вас «кормят» американские авторы, которые прямо выкладывают во всех своих книгах «стратегии успеха»? Вся информация закрыта даже для самих сотрудников, кто работает над этим самым «успехом». Вам никто не даст прикоснуться к показателям, которые оценивают успех или провал. Об этом знают единицы, не говоря уже о деталях того или иного метода.

Этот принцип работы очень похож на модульную сборку. Если нужно собрать воедино, допустим, уникальный автомобиль, то кузов отдают делать одному поставщику, электронику другому, двигатель четвертому и так далее. Даже при сборке этого автомобиля каждая команда будет выполнять свою работу, не видя, как работали их коллеги, и даже не видя полностью весь автомобиль. Он накрыт чехлом. То есть, каждый шаг скрывается от самих же участников процесса. Им позволено видеть только фрагменты их работы, но не всю машину целиком. Понимаете, о чем идёт речь?

Так и в реальной работе. Обычный сотрудник никогда не должен знать полной картины происходящего. Нужно давать максимум осколочной и разрозненной информации, чтобы соединить её в общую полную картину было крайне сложно, даже конкуренту, если информация попадет к нему в руки. Теперь вы должны уж точно понять, что если корпорация закрывает доступ к принципам работы компании, то уж эта информация никогда не попадёт в книжки, которые уйдут к конкурентам. Это просто невозможно. Корпорация сделает всё, чтобы это предотвратить. Я подчёркиваю, абсолютно все.

Даже документы, которые ходят по одному отделу, должны контролироваться минимум двумя сотрудниками, а повышенной значимости, как минимум, тремя. Например. Приходит счет на оплату в бухгалтерию. Первый сотрудник его проверяет, и если всё совпадает с системой, то он расписывается на нём и отдаёт его своему коллеге. Коллега также проверяет счёт, и если всё в порядке, то отдаёт его третьему коллеге для того, чтобы он фактически оплатил его. Получается в принципе тройной контроль документа. Если на документе будет стоять одна роспись, и он будет оплачен, то при внутренней проверке будет сделан выговор, а при повторном «недосмотре» уже будет проведена проверка всех документов, которые проходили через руки того сотрудника, кто перевёл деньги, не сверив все росписи. В корпорациях есть такие папки, в которых есть примеры всех росписей руководителей.

В общем, если вы захотите подделать чью-то роспись, то любой человек может открыть файл и сравнить стандартную роспись руководителя. Если она чуток отличается от росписи на вашем документе, то он немедленно наберёт номер того человека, чью роспись вы хотели подделать. Он должен будет либо подтвердить тот факт, что он подписывал этот документ, либо опровергнуть. Я думаю, что не нужно рассказывать вам о том, что будет происходить дальше, если выяснится, что вы хотели подделать роспись и, допустим, сделать денежный перевод.

Такая же система действует во всех отделах корпорации. Начиная от склада, заканчивая финансовым отделом. Следует рассмотреть особые случаи, которые затрагивают финансовые отделы. Всё, что касается крупных сумм денег напрямую, – идёт отдельно. Очень многие документы, которые имеют суммы в десятки и сотни тысяч долларов, контролируются доверенными лицами высшего руководства. Само руководство не проверяет эти документы, но присылает на ежемесячную проверку своих представителей, которые не числятся ни в одном отделе и которые могут меняться ежегодно. Что-то вроде «особистов» (опять похоже на армию?)

Важно принимать во внимание тот факт, что тут речь идет о компаниях, которые имеют от 50 до 500 тысяч сотрудников по всему миру. Крупнее этих корпораций нет никого и ничего.

Крупней по численности только конгломераты, в которых все те же самые правила. Это я к тому, что старайтесь избегать бюрократии там, где она будет только тормозить развитие. Нельзя применять эти методы «один в один» в среднем бизнесе, не говоря уже о мелком. Эти методы вас просто разорят, и будут тормозить как работу, так и развитие бизнеса. Хотя уделять должное внимание безопасности данных нужно всегда.

Двигаемся дальше. Категорически запрещено распитие любых алкогольных напитков на территории компании и прилегающей к ней земле. Каждый, кто хоть раз будет замечен за распитием, будет мгновенно уволен без права работать на этом предприятии. Я думаю, что на этом пункте не нужно останавливаться, тут и так всё предельно ясно, и обсуждать тут нечего. Полный отказ от алкоголя – это норма для любой уважающей себя компании. Никаких корпоративов, даже с пивом или шампанским. Можно только безалкогольное, и то, если на нём будет стоять, что оно не содержит алкоголя. Вы же понимаете, что пьяный человек – это самое уязвимое место компании. Хотя и не только компании.

Каждый сотрудник в курсе, что каждый его имейл и звонок записывается и сохраняется на сервере компаний в течение следующих трёх лет. Если во время вашей работы или после вашего ухода возникнут вопросы о вашей деятельности, то всегда можно поднять архивы записей и найти нужную информацию. Тут не играет роли: новичок бухгалтер или топ-менеджер уже с двадцатилетним стажем. Доверять можно только тем, кого полностью контролируешь. Вот примерно так можно охарактеризовать принцип корпораций.

Про снимки с экранов мы уже говорили, но давайте остановимся на этом пункте подробнее. Есть ещё фильтры, которые диктуют всем сотрудникам, какие сайты можно посещать, а какие нет.

Каждая корпорация имеет свою внутреннюю и внешнюю политику, ценности, понятия о жизни и «мораль». Всё, как в обычном государстве, где всё не по-детски. Совсем не важно, разделяете ли вы эти ценности или нет, вы обязаны им следовать. Точка. Рассмотрим пример. Вы хотите посетить сайт, который, допустим, пишет о войне в Сирии или Ираке. Заходите на сайт, читаете статью или новость и закрываете этот сайт. На следующий день вы хотите перечитать статью или показать коллеге. Но оказывается, что этот сайт заблокирован, и у вас вместо сайта появляется сообщение: «Сайт, на который вы хотите зайти, был заблокирован». Приводится причина, по которой его заблокировала служба контроля. Причин может быть огромное количество, и все причины невозможно перечислить. В случае со статьей про Сирию, вам покажут причину: «Сайт противоречит политике компании». Дело в том, что фильтр накладывается на всё, что, по мнению руководства, может не соответствовать политике компании. От анекдотов до блогов, от новостей до магазинов. Как и кем оцениваются сайты, не знает никто. Это закрытая информация.

Блокируются абсолютно все сайты, которые хоть как-то могут содержать информацию, которая, по мнению корпорации, не должна существовать. Если сайт был заблокирован, то будьте уверены, что открыть его с рабочего компьютера уже не сможет никто. Он заблокирован по всему миру, так как вся корпорация имеет внутреннюю сеть и прокси-сервера, через которые и происходит выход в мир. Даже если статья будет удалена с сервера, то сайт будет

оставаться заблокированным. Короче говоря, «демократия, свобода слова и мысли» действует на всей территории корпорации. Куда бы вы ни приехали, где бы вы ни жили.

Что самое интересное, что программное обеспечение используется одно и то же практически во всех ТНК. А вот базу каждая компания составляет сама, согласно своим «убеждениям».

Ну, и перед тем, как обсудить следующую тему, можно добавить, что корпорации запрещают иметь двойное гражданство всем руководителям. Если и есть руководители, которые имеют двойное гражданство, то это редкое исключение, которое должно быть одобрено очень многими людьми из высшего руководства. Очень приветствуется гражданство «правильных» стран. Причины, я думаю, объяснять уже не стоит. Не стоит и упоминать о том, что запрещается иметь параллельно и свой бизнес. Во-первых, у вас просто не останется ни времени, ни сил на него, а во-вторых, если он у вас уже был, то перед вами поставят выбор: либо вы выходите из него, либо не входите в корпорацию. Третьего не дано. И не дай Бог, если вы соврали. Отдел внешней разведки ест свой хлеб не даром. Зарплаты у них хорошие, поэтому своё дело они выполняют на все сто процентов.

Глава тринадцатая

Дорога цивилизации вымощена консервными банками.

А. Моравиа

Как в США, так и в Европе существуют целые города, которые выступают в роли полигона для обкатки продуктов питания, бытовых приборов и телевизионных каналов.

Представьте, что вы житель небольшого города в сто тысяч жителей. Ваш городок находится в относительной отдаленности к другим городам и селам, тем самым делая его как бы изолированным от внешних факторов. Вы не будете ездить покупать продукты в соседние города, а будете делать покупки только у себя в городе. Что-то вроде микромира.

Вы также ходите на работу, водите детей в детский сад, школу, парки и посещаете другие культурные мероприятия. С виду это обычный город, и турист никогда не скажет, что этот город чем-то отличается. Единственное отличие вашего города от других в том, что вы покупаете продукты в магазинах, которых нет ни в одном другом городе или штате США. Вы - «потребитель-испытатель» или «подопытная крыса», кому как будет удобней называть себя. Если к вам в гости придет друг или родственник, то он не сможет найти на прилавках магазина привычные продукты.

То же самое с телевизионными передачами. Такие подопытные города смотрят по телевизору другие передачи, рекламу, шоу и фильмы. То есть, они как бы отрезаны от внешнего мира, но за это им платят немалые деньги.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

У жителей есть специальные карты, которые дают им право закупаться по низким ценам. Сейчас уже даже карты выводят из обращения, заменяя их обычным отпечатком пальцев. Пришёл в магазин, набрал полную корзину продуктов, и на кассе просто оставляешь отпечаток пальцев и всё. Счет за покупку тебе присылается в конце месяца домой, а ты его оплачиваешь. Обман исключен в принципе, так как о тебе всё достоверно известно как государству, так и корпорациям.

Прежде чем стать жителем такого города, нужно пройти анкетирование и заполнить несколько десятков разных документов. У человека спрашивают абсолютно всю информацию, которую только можно представить: количество сношений в месяц, группу крови, количество посещений туалета в сутки, размер одежды, врожденные болезни, предпочтения в еде, питье и даже его желания. Желания могут быть самыми разными, например: желаемая машина, любимый цвет волос противоположного пола; возраст, в который вы хотели бы вернуться, и многое другое. Ограничений нет ни в желаниях, ни в фантазиях. Чем больше компании будут знать о своих «подопытных», тем лучше они смогут понять их реакцию и поведение.

Не каждый житель страны и даже штата может переехать в такой город. Если у вас есть родственники, к которым вы хотели бы переселиться поближе, то вы должны будете написать личное письмо мэру города с просьбой позволить вам переехать в этот город и стать участником «шоу». Жителям неизвестно, советуется ли мэр города с корпорациями при принятии решения, но разрешение получает далеко не каждый.

Если вы получили разрешение, то с вами будет проведено две беседы: одна со стороны администрации города, а другая со стороны корпорации. Как вы поняли, у вас не должно быть судимостей, ни «подозрительных» родственников или друзей. Несколько напоминает отбор при принятии в государственные органы или спецслужбы, только в облегченном варианте.

Ясно, что купить дом или квартиру в таком городе практически невозможно без специального разрешения. Даже если вы её купите, то просто не сможете в ней жить, так как в ней вас просто не пропишут.

Если вы прошли все тесты, и вас приняли в свои ряды, то вы становитесь полноправным участником и жителем города. Многих прельщает тот факт, что продукты стоят в два-три раза дешевле, чем в остальных городах. Это дает вам просто отличную экономию, однако у вас есть и обязанности. Один раз в три месяца вы обязаны писать отчеты о том, как вы живете.

Присылаются анкеты на дом, либо можно их заполнить в интернете и сразу отослать корпорациям. В них вы должны указать, какие продукты вам меньше всего понравились, а какие больше. Сколько вы денег израсходовали, и были ли у вас гости. Почему вы выкинули те или иные продукты, и сколько раз делали покупки за пределами города. Если делали, то, какие продукты покупали, и по какой причине. Короче говоря, первое время голова может пойти кругом, а потом привыкаешь и на многие вопросы отвечаешь очень быстро.

Что получают корпорации? Если сказать «всё», то это почти ничего не сказать. Они знают о вас столько, сколько не знает ваш супруг или родители. С одной стороны, вы живёте гораздо лучше своих знакомых и друзей из других городов, но с другой стороны, у вас практически нет

личной жизни. Вы обязаны сообщать о себе все и всегда. Вплоть до количества дней, которое вы отсутствовали в городе. Уехать из города может каждый, однако быстро привыкаешь к тому, что ты тратишь на продукты в два-три раза меньше, чем другие. Именно этим корпорации и покупают своих «подопытных».

Телевидение. У каждого жителя стоит специальный телевизор, который подключен к внутренней кабельной сети. Вы не имеете права смотреть общие каналы через спутниковую антенну, потому что это нарушит общую картину происходящего у вас в доме.

Каждому члену семьи предоставляется отдельный телевизор, который должен стоять в отдельной комнате. Перед тем, как вы садитесь смотреть, вы набираете код, который означает, один ли вы сели смотреть или со своими членами семьи. Если с вами ваши дети и жена, то обязательно указать это на пульте. Ваш телевизор отошлет эту информацию и будет записывать все ваши действия, которые вы производите с пультом. Как часто вы переключаете каналы, как долго, и, самое важное, отходите ли вы от телевизора. Все корпоративные телевизоры имеют сенсоры, которые считают количество присутствующих перед экраном и их присутствие, либо отсутствие. Ведь никто не хочет собирать информацию о каналах, если вы просто забыли выключить свой телевизор. Поэтому ваше физическое присутствие тоже учитывается и отсылается корпорациям.

Вы не платите абсолютно ничего за каналы, и в данном случае даже ничего не должны заполнять. Вся информация собирается автоматически, без вашего вмешательства.

Нужно заметить, что такие подопытные города не совмещают и продукты и телевизор. Либо вы тестируете ТВ каналы, либо продукты. И в том, и другом случае вы должны быть «активным» потребителем. То есть, вы будете бесполезным тестером, если не смотрите телевизор, или мало кушаете. Вы обязаны смотреть определенное количество часов в сутки и потреблять определенное количество продуктов. Иначе от вас толку мало. Я бы не сказал, что люди таких городов отличаются повышенной полнотой, но лишние килограммы в них все-таки проявляются сильнее, чем в других штатах. Вся эта система очень сильно напоминает мультфильм «Нехочуха» вперемешку с фильмом «Корпорация Еда» (Food Inc.), снятого Робертом Кеннером. Только персонаж мультфильма проснулся, а реальные люди уже не могут просто проснуться по своей воле. У них есть главная цель в жизни – потреблять. Завершая этот раздел, мне хочется сказать, что даже если весь сценарий из книги Юрия Бобылова «Генетическая бомба» не реализуется полностью, то очень сильно приблизится к желаемым результатам. Во всяком случае, все идет именно к этому.

Глава четырнадцатая

Шесть сигм здравого смысла

Если вы прочитали эту книгу с начала до этой главы, то вы даже не заметили, что многие принципы, описанные выше, и есть «шесть сигм», которыми так гордятся все корпорации, а в особенности «незаменимый» Джек Уэлч.

Мне хотелось бы ещё раз сказать, что шесть сигм - это свод правил и принципов, которые соответствуют здравому смыслу, и никаких магических формул и заклинаний успеха в ней нет. Если обратиться к официальной трактовке на человеческом русском языке, то «шесть сигм» - это:

- искренний интерес к клиенту;
- управление на основе данных и фактов;
- улучшение процесса, сокращая дефекты;
- стремление к совершенству плюс снисходительность к неудачам;
- упреждающее управление;
- определение коренных причин дефектов и их анализ;
- определение целей проекта и запросов потребителей и так далее.

Скажите, в этом есть что-то магическое или сакральное, чего нельзя понять обычному человеку? Я уверен, что нет. Давайте разберём пример из нашей обычной жизни.

Что нужно делать, чтобы быть здоровым и чувствовать себя хорошо? Нужно правильно питаться, пить много воды, высыпаться, кушать много овощей и фруктов, по утрам или вечерам бегать, ходить в тренажёрный зал, соблюдать распорядок дня, ну и ещё пара мелочей. Но есть одно «но», без которого все вышеперечисленные действия не принесут плодов. Это «но» звучит так: нужно обязательно выполнять все вышеперечисленные пункты. Вроде бы так просто и в то же время сложно. Сколько людей начинает браться за себя и через пару пробежек бросает всё. Бросил курить, но через неделю зеленеет и закуривает снова. Всё катится опять коту под хвост. Но если правила задорного образа жизни выполнять регулярно и без перебоев, то вы проживёте минимум 120 лет без единого похода к врачу.

То же самое с шестью сигмами. Если взять эти все правила и начать выполнять беспрекословно и без перерывов многие года и десятилетия, то компания будет в хорошей форме и проживет очень долгую и успешную жизнь. Именно это и стараются делать корпорации во всём мире.

Другое дело, что по каждому пункту можно написать отдельные книги, начиная с потребностей клиентов и заканчивая производственными процессами. Но, тем не менее, ничего сложного и необъяснимого тут нет, и быть не может. Всё старо, как мир. Не верьте тем, кто скажет вам, что эффективно управлять могут только великие и могучие Джеки Уэлчи из GE, или только «могущественные» менеджеры из Toyota умеют правильно планировать бесперебойные поставки «точно в срок». Вы же поняли уже, что конкуренты никогда не будут раскрывать своих успешных методов, а только каждый раз будут подчеркивать, что вы ни за что и никогда не сможете так, как они. Это и есть их тактика: вдолбить вам в голову то, что вы никчемный предприниматель, не говоря уже о руководителе. Им нужно вдолбить вам, что ваше место у туалета (точнее вы должны строить туалеты, как вам советуют «учёные» из США) и не рыпаться на уровень «супер эффективных» менеджеров с Запада.

Я вообще удивляюсь тому факту, насколько мы разучились думать своей головой. Столько светлых голов, и какие пласты знаний лежат в нашем настоящем и прошлом, но мы, как зомбированные, смотрим куда-то в дремучий лес. Какие замечательные труды полководцев, генералов, ученых и руководителей лежат на полках, но мы продолжаем биться головой об стену и доказывать самим себе, что ничего не сможем, если не прочитаем очередную сотню пустых западных книг. Самое интересное в том, что они смеются над нами, продолжая изучать наши успехи и победы. Пока мы занимаемся самоунижением и саморазрушением, они продолжают захватывать целые рынки, страны и умы целых поколений.

Если бы в США кто-то не показал сто процентную преданность своей компании или хоть на минуту усомнился в качестве выпускаемого продукта, то его бы выдворили в зашей без разговоров. Перечитайте раздел про психологическую обработку сотрудников компании ещё раз.

Посмотрите на тех, кто управляет стратегически важными компаниями в вашей стране. Да многим не просто вверенная компания безразлична, мало того, что они имеют гражданство двух и трёх стран, ведут параллельно свой бизнес, так ещё и откровенно разрушают производство. Как можно доверить пост или крупный бизнес, если у него двойное гражданство? Это равносильно тому, что министр здравоохранения будет лечиться не в своей стране, а за границей.

Но давайте вернёмся к нашим «баранам», а именно к «шести сигмам» или «здоровому смыслу».

Как я и упоминал ранее, эта книга не посвящена детальному разбору всех принципов «здорового смысла», поэтому мы рассмотрим лишь самые важные из них, без углубления в тему.

Самое важное, что надо знать, что корпорации всё, абсолютно всё оценивают в цифрах. Если что-либо невозможно измерить в цифрах, то мы вспоминаем, что слово «невозможно» не существует в нашем корпоративном лексиконе, и находим способ измерить это в цифрах. Даже если нужно будет пригласить сторонних специалистов, но это нужно будет сделать.

Измеряется всё: возраст сотрудников, продолжительность работы в компании, причины увольнения, причины возврата товаров, количество сбоев станков, количество несчастных случаев, количество случаев воровства, причины отказа от покупки товара, подконтрольные рынки и рынки конкурентов и так до бесконечности. Тут надо сказать, что отдел статистики, где сидят матёрые математики и аналитики, очень большой, и поверьте, своё дело они тоже знают.

Ежемесячно и ежегодно проводится анализ цен на оборудование, сырьё, материалы и на любые другие вещи, которые могут вскоре выйти из строя или устареть. Обсуждается, имеет ли смысл закупить его сейчас, дабы избежать наценок в скором времени или подождать ещё годик. А самое главное, что можно предпринять, чтобы цены на те или иные ресурсы стоили для кооперации, как можно дешевле? Может быть, просто подкупить чиновников в нужной стране?

Самое интересное то, что Западные компании знают о состоянии экономики в России гораздо больше, чем сами бизнесмены России. Они живо интересуются всем, что происходит в стране, заказывая прогнозы по интересующим их отраслям экономики. Им важно знать, где страна

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

пока ещё сильна, а где уже сдает свои позиции, и можно, чуток надавив, пролоббировать собственные интересы.

Ведь корпорация – это тоже своего рода страна, которая имеет своё правительство, оборону, разведку и прочие атрибуты. В этой стране контролируется абсолютно все и всегда. Если вы в своей компании из 10 человек примерно знаете, сколько бензина расходуете каждый месяц и держите, как вам кажется, всё под контролем, то корпорации никогда и ничего не будут делать на авось и от балды. Только точный подсчет, аналитика, прогноз и уже, в самую последнюю очередь, распоряжение. А уж тем более, если речь идёт о выборе места дислокации на уровне стран.

Давайте сделаем перерыв и для разгрузки посмотрим на пару примеров.

Пример первый. Компания-поставщик постоянно срывает сроки поставки товара, но вы, по каким-то причинам, не хотите менять партнёра. Следовательно, нужно подстраиваться под сложившуюся ситуацию и принимать в расчёт срывы поставок. Что можно сделать в данном случае? Вы начинаете записывать дату размещения заказа, обещанный срок поставки, причины отсрочки, поставки и дату фактического получения товара на склад.

Уже через два месяца результаты станут проясняться. Будет видно, по каким позициям идёт регулярный сбой, и можно будет рассчитать, что ожидать от будущих поставок, принимая во внимание статистику за последние месяцы.

По прошествии полугода, можно распечатать всю статистику по поставкам, проанализировать её и сделать выводы для будущих партий. Уже на встречах с представителями поставщика можно смело поднимать вопросы, как можно сократить сбои в поставках по конкретным позициям. В то же время конечным клиентам можно будет давать более точные сроки с учетом «среднестатистических» сбоев в поставках.

В общем, если в двух словах, то вы записываете все данные с момента заказа до получения товара. А потом уже смотрите, почему не получили вовремя товар и как можно это улучшить. Чем больше вы ведете статистики, тем больше можно понять: почему срываются поставки, кто виноват и как это исправить, чтобы клиенты были всегда довольны.

Второй пример. Корпорации давно подсчитали, что гораздо выгодней открыть представительство и производство на Украине, а не в России. Дело в том, что Украина полностью подконтрольна западному капиталу и потому более лояльна по всем параметрам. Не секрет, что Украина нужна Западу только для того, чтобы «эффективно» использовать рабочую силу. Знаете, почему Украину не выгодно брать в Евросоюз? Потому что тогда цены на рабочую силу поднимутся, и люди разбегутся из страны, как это было в случае с Болгарией. А так, Украина территориально ближе к Западу, но в то же время не Запад, да и контролировать процессы гораздо легче. Часовые пояса ближе, перелеты и так далее. Если говорить об усилившейся пропаганде безделья, то на самой Украине многие люди уверены в том, что можно создать бизнес, который сам по себе будет работать и приносить плоды. Ситуация принимает катастрофические обороты. Корпорации сознательно насаживают идею «пассивного дохода», ведь они-то прекрасно знают, что в любом бизнесе нужно пахать, как папа Карло.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Однако для того чтобы была дешёвая рабочая сила, нужно им вдолбить обратное. Пусть они открывают свой бизнес и тут же закрывают. Типа, не смогли построить свой бизнес, теперь работайте за копейки на нашу компанию.

Вот поэтому в ТНК рассматривают свои действия только с точки зрения «выгодно - невыгодно». Никаких эмоций и пристрастий. Поэтому сухая аналитика и холодный расчёт во всех сферах.

Регулярные опросы клиентов. Хотим мы этого или нет, но при данной «рыночной» экономике мы все зависим от наших уважаемых клиентов и потребителей. Поэтому ими нужно дорожить и чтить их. Для того чтобы мы лучше понимали потребности клиентов и их запросы, нужно просто с ними больше разговаривать. Чем больше вы знаете о своих клиентах, тем больше они ценят вас. Поэтому посылайте им каждые три месяца или каждые полгода опросные листы, в которых они будут всё оценивать: вежливость сотрудников, качество товара, сроки поставок и многие другие параметры. На основе этих данных вы будете уже строить свои будущие разговоры с руководством компании клиента. Много информации не бывает. Это нужно помнить всегда и везде. Во всяком случае, это понимают наши ТНК.

Кроме того, западные компании знают, что количество подчинённых на одного руководителя не должно превышать 13-14 человек. Этот принцип сохраняется во всех странах и на всех континентах. Спросите себя, почему именно не более 14 человек, а скажем не 25? Всё очень просто. Дело в том, что взрослый человек не сможет удержать в голове повседневную информацию о людях, если их больше 14 человек. Это количество было взято не с пустого места, а из семьи. Обычной семьи, в которой есть дети. Психологи знают, что количество детей в семье, как правило, не может превышать более 14 человек, даже если девушка начинает рожать достаточно рано, то семьи с большим количеством детей огромная редкость. Я в курсе, что в России есть семьи, где и 20 детей, но это скорее исключение, чем правило.

Обычному руководителю можно дать и больше подчинённых, но в таком случае он чисто физически не сможет ежедневно держать необходимую информацию о них. Наш мозг за тысячелетия выработал способность держать информацию именно о таком количестве детей в семье. В корпорациях руководство убеждено, что максимальное количество подчинённых не должно превышать именно четырнадцать человек, как в большой семье. Таким образом, они применяют свой «золотой стандарт». Компании стараются во всем искать свой путь успеха: от количества подчинённых и до психологического влияния корпоративной одежды.

Очень интересен тот факт, что корпорации прямо не заставляют носить корпоративную одежду обычным сотрудникам, если они не контактируют с клиентом напрямую. Есть же тысячи людей, кто ежедневно ходит на работу, контактируя только с коллегами. Таким сотрудникам никто и никогда не говорит, что он должен носить фирменную рубашку или часы. Они поступают тоньше. Каждый сотрудник должен захотеть носить фирменную футболку или рубашку, не говоря уже про часы. Руководители отделов довольно часто надевают рубашки и часы с логотипами своей корпорации. Видя такое положение, сотрудники как бы считают за честь надеть такую же рубашку, как у своего начальника, однако им никто не даёт фирменную одежду. В итоге обычный сотрудник испытывает некое приподнятое чувство, когда ему

«позволяют» надеть эту рубашку. Видите, если бы вас с первого дня заставили её надеть, то у вас это вызвало отторжение. Но в данном случае они сделали так, что вы сами захотели её надеть. Это можно опять же сравнить с пионерским галстуком и комсомольскими значками в СССР. В ход идёт любой метод, который принесёт результаты.

Если корпорация хоть в чем-то продвинулась вперед, то она немедленно начинает внедрять и улучшать этот метод по всему миру, задействовав свои производства и представительства. Самое главное, чтобы это проходило тихо и незаметно для обычных сотрудников, которые могут сболтнуть лишнего конкурентам. Каждый новый метод оценивается конкретными показателями: баллами, звёздами либо обычными цифрами. Главное, чтобы любой успех или неудачу можно было измерить и вычислить, где была допущена ошибка, либо усилить ту составную часть, которая принесла наибольший успех. Прежде чем вводить то или иное новшество, корпорации откатывают эту модель в виртуальном мире. Разумеется, что тут не обходится без хороших программистов, математиков и аналитиков. Это очень похоже на симулятор для обучения пилотов. Дешевле вложить десять миллионов в создание симулятора, чем терять миллиарды на исправлении ошибки и годы работы. То есть, существует программа, которая с виду очень похожа на обычную компьютерную игру, но совсем не является ею. В ней моделируются и отрабатываются те процессы, которые либо уже введены, либо будут введены. Стоимость этой программы и её поддержание стоит нескольких миллионов каждый год. Моделируется даже поведение людей, их предпочтения и желания.

Как вы уже поняли из этой книги, что работа над методами управления людьми в корпорациях гораздо мощней, чем может показаться со стороны. Там идёт очень мощная пропаганда своих «ценностей» и взглядов. Одно большое отличие этой пропаганды в том, что вас обрабатывают так грамотно, что вы сами придёте к тому, чего от вас требуют. Они сделают так, что вы будете этого хотеть. Знания о людях – это тот ключ, который открывает небывалые горизонты.

Продолжая эту тему, я хотел бы сказать, что мы не привыкли платить за знания и информацию. И именно поэтому мы стали так сильно уступать нашим конкурентам из других стран.

До сих пор многие люди в России считают, что лучше заплатить за безделушку из магазина пять тысяч рублей, чем отдать эти деньги на репетитора для своего ребенка или самому пройти курсы по повышению квалификации. Поговорите с безработными психологами, математиками, химиками, учителями и другими профессионалами. Они все вам скажут, что люди вообще перестали задумываться над базовыми вещами, которые, казалось бы, должен знать каждый ребенок, не говоря уже о бизнесменах. Мы так и будем продолжать проигрывать на всех фронтах, пока не возьмёмся за ум. Если подсчитать те деньги, которые люди тратят впустую (пиво, табак, разврат, казино и т.д.), то, инвестировав эти деньги в знания, вы уже через год увидите первые плоды своих вложений.

Глава пятнадцатая

Бараны любят, когда ими управляют. Но они не любят, когда их называют баранами.

Мне очень хочется начать разбирать высказывания и даже целые главы из популярных книг американских авторов, которыми заполнен как рынок, так и разум наших предпринимателей, однако я не стану этого делать, так как считаю это пустой тратой энергии и времени.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Но мне придётся все же разобрать самые частые оболванивающие «доводы» западных коллег и перевести их на русский язык, чтобы мы все понимали суть этих высказываний. Все, кто захочет найти эти высказывания, откроет интернет и накачает первую десятку американских книг.

Пример первый. Американская книжка нам говорит: «Никакого упорства. Расслабьтесь и наслаждайтесь своей работой».

Мой перевод на русский язык: «Конкурент не должен выкладываться на тренировках, иначе он может на чемпионате мира просто победить меня. Поэтому при любой возможности я буду ему советовать расслабиться, погулять с собакой, выпить пива и поспать. А сам в это время буду тренироваться в поте лица, чтобы потом отправить его в нокаут в первом же раунде. Только я должен быть чемпионом, а не этот выскочка из России».

Я уже упоминал, что на Украине смог лично убедиться в том, что люди искренне верят в существование очень легких путей «бизнеса». Они видят многих, мягко говоря, «не честных» людей, которые просто украли деньги и живут безбедно. А с другой стороны, обычным людям подсовывают книжки, в которых идёт речь как раз про то, что можно ничего не делать и при этом получать миллионы. Вроде всё сходится.

Однако народ не может понять то, что он видит отрывки из совсем разных спектаклей. Воровство и взяточничество - это один спектакль, а «бизнес» - это совсем другой. Поэтому, если вы будете соединять отрывки из разных спектаклей, то не сможете понять сути ни одной постановки. Так и в жизни. Подсунули книгу, где пропагандируется безделье, а вокруг ездят лощёные лица, которые не ударили и палец о палец.

Поэтому, надо четко разделить воровство и предпринимательство. Вор может получить все в один день, предприниматель – нет. И цель западных партнёров именно в том, чтобы у нас не было целостной картины. Безделье, пьянство, воровство, взяточничество и проституция в наших странах - это залог успеха западных конкурентов. Им нужно просто поддерживать страну в таком состоянии - и тогда успех их ждет в любом случае. Кстати, ситуация в России пока не многим лучше.

Пример второй. Популярный западный автор утверждает: «Никаких творческих подходов к бизнесу. Бизнес – это просто и понятно. Берёшь опыт американских коллег по продажам и повторяешь то же самое. Если у американцев это работало, значит и у вас это сработает».

Мой перевод на русский язык: «Вам вообще не нужно думать ни о чем. Ваше дело в России вообще ничего не придумывать, а только покупать у нас готовые товары и носиться с утра до ночи, пытаясь их продать другим таким же олухам. Вы вообще не включайте свою голову, это для корпораций опасно. В России очень много умных и талантливых людей. Если они соберутся вместе и начнут что-то придумывать и производить, то мы тут просто останемся с голым «задним местом». Поэтому русские никогда, вообще никогда не должны думать своей головой. Они должны только слушать нас и наши «умные» книжки».

Многие из наших людей до сих пор задаются вопросом: «Почему Америка живет лучше всех?» Люди действительно считают, что в Штатах работают больше, все умные и начитанные. Для того чтобы кратко объяснить «принцип», по которому они стали жить лучше, нужно представить одну ситуацию.

Вы живете на планете, где есть всего три магазина и тысячи покупателей. Вы владелец одного магазина, но у вас есть ещё два конкурента. Что нужно сделать, чтобы все покупатели шли в ваш магазин, а не к конкурентам? Правильно, убрать конкурентов. Если вы сами их уберете, то попадаете под уголовный кодекс. Но можно ведь их между собой посорить, и они начнут друг другу делать пакости, которые со временем перерастут в открытую войну.

Теперь представим, что вы сумели стравить двух своих конкурентов, но сами остались в стороне. Оба магазина бьют стекла другу друга, поджигают склады и избивают сотрудников магазина по вечерам. Задайте себе вопрос, куда пойдут все клиенты? Ну конечно, все клиенты пойдут только в ваш магазин, потому что он не сожжен, не выбиты стекла, сотрудники целые и улыбаются. А ваши конкуренты, два других магазина, они так и продолжают выяснять отношения. Клиенты даже боятся подходить к их магазинам, потому что знают, что там либо пожар, либо камень в стекло прилетит, либо клиентов побить могут.

Вот таким образом и поступили Соединённые Штаты, когда развязали первую и вторую мировые войны. Пока Европа и Россия воевали, США просто стояла в сторонке и собирала всех клиентов к себе в «магазин». Так вот кратко можно объяснить весь фокус, который и сделал США самой «успешной» и богатой страной мира. Там не выбиты стекла, товар целый, продавцы самые вежливые, ассортимент большой и охрана надежная. Конечно, можно было все закрутить по «умному», приводя в пример: создание ФРС, «казус Белли», Бреттон-Вудское соглашение, план Маршалла и прочие премудрости. Но для тех, кто «не в теме» это было бы сложно для начала, поэтому мы отбросили всю мишуру и оставили лишь самое важное. Под какими бы предложениями вы ни стравливали своих конкурентов, и под какими бы предложениями ни объявлялась война, травля конкурентов между собой остаётся травлей. Ведь есть поговорка: «Пока двое дерутся – третий зарабатывает деньги». Поэтому важно видеть главное, отбрасывая все красивые формулировки и дипломатические высказывания. Завершая этот пример, можно вспомнить высказывание Роллана Ромена, который очень четко подметил: «К войне как к крайнему средству прибегают лишь государства-банкроты. Война — последний козырь проигравшегося и отчаявшегося игрока, отвратительная спекуляция мошенников и аферистов». А если кратко сказать, то войну выигрывает только тот, кто в ней не участвует.

Пример третий. Американский бизнес-тренер воодушевленно говорит российским слушателям: «Не бойтесь вкладывать деньги в рискованный бизнес. Посмотрите вокруг, сколько людей вложили последние деньги в самые сумасшедший бизнес и стали миллионерами»

Мой перевод на русский язык: «Конечно, вам не нужно вкладываться в проверенные предприятия и думать над тем, как обезопасить себя и своё существование. Вы должны продать последние свои штаны и вложить их в «неоновые зеленые бабочки и пиявки» и потом бегать и всем предлагать. Мы, американцы, будем производить лучшие автомобили, электронику и

другие не сумасшедшие «мелочи», а предприниматели в России пусть тратят своё время, силы, последние деньги и продолжают жить в нищете. Все равно они потом будут работать на нас, и уже мы будем им диктовать, как они должны жить, и вообще должны ли.

У вас есть деньги, время и желание покупать коробку у неизвестного человека, в которой неизвестно что лежит? Нет, у вас нет такого желания. Но у вас есть семья, которая хочет кушать. У вас есть родители, которым нужно помогать. У вас есть жизнь, которую вы хотите нормально прожить. Но вас убеждают, что не нужно заморачиваться над всем этим. Продайте свою квартиру и купите что-то очень рискованное и непонятное вместо того, чтобы продумать до всех деталей свой будущий магазин или завод, который обеспечит вам достойную жизнь. Быть может, ваш бизнес останется в наследство вашим детям. Однако нет. Со всех сторон только и слышаться голоса: нужно рисковать, нужно брать от жизни всё, нужно не думать, а действовать.

Пример четвертый. Английский автор утверждает в своей книге: «Перестаньте слушать всяких там ученых и специалистов, которые отстали от этой жизни, и поэтому их слушать просто опасно».

Мой перевод на русский язык: «Конечно, опасно. Ведь если российские предприниматели начнут снова прислушиваться к специалистам, то они могут создать более конкурентоспособные продукты. Если в России инженеры, физики, химики и биологи снова станут востребованными и начнут получать достойную оплату, то они не будут уезжать на Запад и за копейки продвигать Англию, США, Германию и другие страны. Надо всеми силами убедить их, чтобы они, как и прежде, пренебрегали фундаментальными знаниями и специалистами. Только наши корпорации будут приглашать самых лучших специалистов, и только наши корпорации будут иметь полный контроль над рынками в вашей стране.

Вы спросите себя, когда последний раз вы разговаривали с биологом или физиком? А теперь спросите себя, когда вы у них консультировались? Я уверен, что большинство из вас это делало очень и очень давно. Мы просто стали вообще забывать, что на этой земле есть наука. У нас в глазах одни нули из долларов и евро, но они только в наших головах, а не карманах. Мы уже не осознаем, что мы ничего не сможем создать, пока не вернёмся на исходную точку. Ту точку, которая оторвала нас от реальности и погрузила в эту бессмыслицу.

Пример четвертый. Западный автор говорит в своей книге: «Научитесь принимать решения быстро, на ходу, не тратя драгоценное время».

Мой перевод на русский язык: «Никогда не концентрируйтесь на том, что делаете. Вы всегда должны бегать, как сумасшедший, не понимая, что вы делаете и, главное, для чего. Чем больше вы потратите энергии, тем меньше у вас останется сил на осмысливание ваших действий. А может вам вообще не нужно бежать в том направлении? Нет, вы не должны думать и планировать, потому что высок риск, что вы начнёте понимать, что тот бред, в который вас погрузили, выжмет из вас все соки, деньги, и вы останетесь нищим. Вы должны вертеться, как белка в колесе. Это все, что от вас требуется».

Помните про те кадры из офиса разорившейся компании? Корпорации точно знают, что спешка нужна только при ловле блох. Чем меньше вы осмысливаете то, что делаете, и то, что вокруг вас происходит, тем быстрее вы разоритесь. Быстро ничего не получается.

Давайте опять обратимся к нашей природе. Чем крупнее животное, тем дольше мать вынашивает плод. Слониха вынашивает детёныша 22 месяца, а полевая мышь может плодиться каждые 3 месяца. Скажите, сможет ли слониха при всей своей желании выносить плод как полевая мышь? Нет. У всего есть свои пределы. В бизнесе все то же самое. Чем крупнее дело, тем больше вам нужно времени на осмысливание, планировку, подготовку и другие важные дела. Спешка только усугубит ваши ошибки, которые придется исправлять. Самые тяжелые ошибки уже невозможно будет исправить. Сейчас никто не говорит о том, что надо ждать 22 месяца, чтобы родить мышку. Просто нужно думать своей головой, а не высказываниями из книг. Это самое важно, что мне хочется донести до вас.

Пример пятый. Жутко знаменитый бизнес-гуру говорит: «Не отделяйте бизнес от удовольствия. Нужно уметь совмещать и то и другое, получая истинные наслаждения».

Мой перевод на русский язык: «Вы хотите заняться спортом, чтобы у вас была красивая фигура и мышцы? Тогда вот мягкая подушечка и самое мягкое кресло. Сядьте, посидите и отдохните, вы ведь устали спать. Я уверен, что спорт должен приносит удовольствие, а не напряжение. Вообще не нужно потеть на тренировках. Расслабились? А теперь выпейте и закурите и просто придите в спортивный зал, а там все получится само собой. Поверьте, после коньяка ваша фигура будет выглядеть в ваших глазах гораздо лучше. А в это самое время наши корпорации будут из всех сил проливать пот и кровь на тренировках, чтобы вы ни в коем случае не создали нам конкуренцию. Но мы даже пойдем дальше.

Мы расскажем предпринимателям в России, что это очень круто напиваться как до заключения сделки, так и после нее. Ведь трезвый человек задумывается над тем, что он делает, а пьяное и «веселое» тело, которое получает удовольствие от бизнеса, всегда пойдет нам на уступки. Просто их надо в этом убедить, что быть расслабленным и пьяненьким – это залог успеха в бизнесе. И мы не скажем, что успех будет только на нашей стороне. Вести бизнес «под рюмочку», это как проехать пьяным всю Бухтарминскую дорогу, да ещё и с закрытыми глазами.

Особенно радует понятие «элитный алкоголь». Он такой же «элитный», как и «элитный героин», равно как и «элитная пуля». Есть разница, какой пулей избавились от человека, обычной или элитной? Да, конечно. Элитная пуля – это звучит гордо. Остается только, чтобы элита убедила сама себя в том, что алкоголь – это не средство уничтожения людей. А то их дети растут и слышат от своих родителей, что алкоголь – это только для рабочего класса и народов, которых ждет судьба индейцев. Элитные дети будут получать элитные знания, где говорят о телегонии, евгенике, собриологии и прочих элитных «пустяках».

Пример шестой. Самая популярная американская книга в России по «управлению» говорит: «Не выдумывайте там, где этого не требует ситуация. Работайте по отлаженным принципам».

Мой перевод на русский язык: «Не нужно им вообще задумываться, как работать ещё лучше, ещё продуктивнее, ещё слаженней. Нет, этого нельзя допустить. Пусть предприниматели в России берут топор в руки и делают годами одну табуретку, как это делали их пращуры. В это время мы, американцы, будем разрабатывать роботов, которые будут работать по 24 часа, даже без помощи человека. Все будет настолько автоматизировано, что можно будет уволить несколько тысяч китайских сотрудников. А эти «дикари» пусть остаются в каменном веке, ведь их задача не думать, а топорами лес рубить и вкалывать на шахтах».

Знаете, как делается самая лучшая ложь на свете? Берется частичка правды и замешивается на тоннах лжи. Вот вам следующий пример.

Пример седьмой. Автор американского «бестселлера» утверждает: «Страх потерпеть поражение является тормозом на пути ко многим достижениям. Не слушайте тех, кто не верит в вас и вашу идею. Даже если это ваши лучшие друзья и родители».

Мой перевод на русский язык: «Вы понимаете, что вам только что сказали? Вам вначале сказали очень правильную вещь, но в конце вам внушили, что ваши друзья и даже ваши родители – это ваши враги. Именно враги. Поймите, что ваши близкие люди, особенно ваши родители, прожили гораздо больше вас и зачастую понимают больше вашего, особенно если вы ещё молоды, и у вас ещё много побед и поражений впереди. А наши американские «коллеги» вдалбливают неокрепшим умам то, что если вы решили вложиться в бизнес по разглаживанию шнурков, то не слушайте никого. Даже свою родную мать и отца, которые отдавали годы жизни на ваше воспитание и старались дать вам самое лучшее, чтобы вы ни в чем не нуждались».

Это тонкая психология, которая позволяет разрушить коллективный разум и опыт и погрузить вас в бред, а затем в нищету. Ведь ваш отец и мать уже имеют представление, что шнурки конечно важны, но если вы хотите продать квартиру и купить оборудование по разглаживанию шнурков, то этого не стоит делать. Это просто опасно, как минимум, а как максимум, вы просто запутались, и ещё молоды, чтобы отделить зерна от плевел. Казалось, что сама фраза про страх верна на сто процентов, но её смешали с таким количеством лжи, что это просто отбросит вас на несколько лет назад. Корпорации не сделают ни шага, пока не проконсультируются у самых лучших специалистов и не просчитают все риски. Есть даже такая модная вещь как «риск менеджмент». Тут тоже ничего умного нет. Это именно то, что делали ваши мамы и папы, когда вы им рассказывали про свой бизнес на шнурках и хотели продать квартиру.

Пример седьмой. Только что дочитал очередного автора из США, который говорит: «Успех – это не всегда то, что люди о нём думают. Успех – это зачастую одиночество, зависть, потеря старых друзей, ложь ваших знакомых, которые теперь вам улыбаются только для того, чтобы получить от вас выгоду».

Мой перевод на русский язык: «Красной нитью автор показывает начинающим предпринимателям, что успех – это грязь, по сути. Надо убедить людей, что успех это не то, к чему стоит стремиться. Удел России и русских – это не успех в бизнесе, а эмиграция в Штаты, вылизывание полов в американских больницах, работа на стройке в Арабских эмиратах, тяжелая работа на шахтах. Тогда вам не будет никто завидовать, особенно американцы. А вот

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

если Россия снова станет успешной, то уже США начнёт эмигрировать из своей страны, вытирая задницы старикам и работая на тяжёлых черных работах. Поэтому им надо в самом начале внушить, что успех – это не русская традиция. Успех – это чисто американская фишка».

По такому же принципу умные дяди и тётки внушают подрастающему поколению, что дети – это бессонные ночи, грязные подгузники, неприятный запах, «лишние» растраты на одежду ребёнка и его обучение. Все это так ужасно, поэтому русские должны, наконец, понять, что рожать им просто нельзя. Иначе они погрязнут во всех этих детских неожиданностях. Чёрным буйволам нужно предотвратить появление львят. Иначе львята вырастут и съедят на обед всех этих «умных» буйволов.

Пример восьмой. «Риск ассессмент – это квантитивная или квалитативная валюация рисков в дефинированном кейсе», -говорит нам один из самых популярных «бизнес-тренеров» в России.

Мой перевод на русский язык: «Вы должны себя чувствовать полным балбесом, чтобы умный «бизнес-тренер», который профессионально занимается «консалтингом» смог с вас стянуть денег за перебирание иностранными словами, которые он сам не понимает ни на грамм. Вам, как владельцу бизнеса или руководителю предприятия, нужно всеми силами доказать, что вы настолько глупы, что с вами даже не стоит и разговаривать. И этот самый «бизнес-коуч» сделает вам большое одолжение, если попробует вам объяснить, что «риск ассессмент - это качественно новый левел менеджмента». Вы до сих пор не поняли? Вы просто ничего не понимаете в современном менеджменте, а еще лезете в бизнес». Что и требовалось доказать.

Чем больше у вас голова забита ненужной и непонятной информацией, тем больше вы будете буксовать, отдавать денег всем этим «консультантам», тем дольше будете топтаться на месте. А что нужно нашим западным партнёрам? Правильно, чтобы вы никогда не смогли достичь успехов в своем деле. Предпринимателям из других стран нужно забивать голову хламом до отказа, пока они просто не сдадутся и скажут, что кроме как шахты или рубки леса, они ни на что не способны. Вы ещё не забыли свою задачу? Ваша задача валить лес и экспортировать его, а на Западе будут уже сами думать, какие продукты из него сделать и вам же продать, не забыв накинуть десятикратную цену.

Пример девятый «Десять заповедей американского миллионера, которые нужно знать всем».

Мой перевод на русский язык: «Вы читали начало этой книги? Помните о том, что сделали бы все, чтобы станки по обработке дерева не появлялись в России? Помните? Давайте я напомним.

У вас есть станок, который обрабатывает дерево. В России есть дерево, и чтобы никто даже не смог догадаться, что ваш бизнес очень выгоден, нужно увести все внимание в сторону. Вы же не хотите, чтобы у вас появились конкуренты? Поэтому придётся врать, причем всегда и везде. А начать можно с того, что вы зарабатываете совсем не на обработке дерева и даже не знаете, где находится Россия. Вы расскажете, что сделали свой первый миллион на продаже варенья, которое варила ваша бабушка. Вы начинали продавать сначала его своим соседям, а потом заработали свой первый миллион. Да, именно так и было. Самое главное, что вы применяли свои «уникальные» заповеди и неуклонно им следовали. Ну, и в самом конце вы так небрежно скажете, что вообще обработка дерева – это настолько бесперспективно, что настоящие

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

прогрессивные бизнесмены должны прислушаться к новым исследованиям из университета ООН. Автор надеется, что читатель ещё не забыл, что последние научные изыскания американских «ученых» гласят, что самым прибыльным бизнесом является постройка сортиров.

Пример десятый. Автор пособия для начинающих бизнесменов из США говорит: «Двадцать первый век – это век цифровых технологий, где тяжелая промышленность отойдет на второй план».

Мой перевод на русский язык: «Вы были в Африке? Если нет, то посмотрите репортажи про этот континент. Вы увидите, что голые аборигены ходят с копьями в одной руке и сотовым телефоном в другой. Это именно то, о чем говорит наш американский друг. Он действительно хочет видеть, чтобы на всем постсоветском пространстве была Африка. Чтобы люди жили в землянках, но с сотовыми телефонами. Чтобы они передвигались на санках даже летом и готовили еду, разогревая не тефлоновую сковороду, а кусок металла. Но при всем при этом, чтобы у них были сотовые телефоны и другие крутые «гаджеты», которые в новый цифровой век должны быть у каждого современного человекообразного существа».

Этот человек из США действительно хочет, чтобы у вас был самый лучший сотовый телефон, а не хорошие автомобили. Он хочет, чтобы у вас были хорошие игровые приставки, вместо хорошего рабочего места на предприятии. Он очень хочет, чтобы у русских в домах были новые плоские телевизоры, вместо зенитных систем С-300 на границе. Потому что наши американские друзья знают, что ни телефоном, ни планшетником, ни телевизором нельзя обороняться, а уж тем более нападать. Вы помните такой анекдот?

Сын приходит к отцу и говорит, что обменял свой пистолет на красивые часы. На что разгневанный отец отвечает: «Смотри, сын, приходит к тебе домой бандит и говорит, что ограбил твоего отца и мать, и сейчас тебя будет грабить, размахивая ножом перед твоим носом. А ты ему в ответ: «Полвосьмого». Да?». Такая же ситуация может сложиться и с нами в «цифровой век». Хотя я этот анекдот немного смягчил, но смысл остался неизменным.

«В Сибири живет мало народу, а озеро Байкал – это более 30 процентов мировых запасов пресной воды, так что несправедливо, что Байкал принадлежит России», - эти слова прозвучали из уст Мадлен Олбрайт, которая озвучила отнюдь не своё личное мнение, а мнение тех людей, кто имеет большое влияние на процессы как внутри США, так и за её пределами.

Западные компании знают, что тяжелая промышленность - это позвоночник экономики государства. Сколько бы вы ни красили ногти на руках, сколько бы вы ни пудрили носик, сколько бы вы ни одевались красиво, но если у вас нет позвоночника, то вас вряд ли можно назвать здоровым человеком. Это, в лучшем случае, больной, с которым можно сделать всё, что угодно. Можно отнять рынок сбыта, а можно Байкал или всю Сибирь. Разве есть разница, что отбирать, если конкурент не сможет ничем ответить?

Тяжелая промышленность – это основа и святыня. Именно на ней держится всё остальное. Скажите, кого можно легче выгнать из дома? Того, кто живет в огромном доме, за стальным забором, с сигнализацией, видеонаблюдением, надежной охраной и имеет в запасе

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

бронированную машину с парочкой АК-47? Или того, кто живет в деревянном доме и имеет ноутбук с сотовым телефоном? Вот теперь и задайте себе вопрос, какой конкурент более выгоден вашим партнерам из других стран. С тяжелой промышленностью или сотовым телефоном?

Вы не задавались вопросом, почему сейчас так сильно популярны всякие передачи по «выявлению талантов» среди молодежи? Все так любят смотреть и показывать талантливых девочек и мальчиков, которые поют, играют и пляшут, но нет ни одной передачи, где искали бы таланты, которые через пару лет стали бы отличными инженерами, строителями, математиками, физиками или химиками. Вы же понимаете, что петь и плясать хочется только тогда, когда у вас холодильник полный и заработная плата растёт. Но людям навязываются именно пустотельные цели. От пения или игры на саксофоне нельзя даже согреться в мороз, однако таланты ищутся по всем странам и с особым упорством.

Но спросите себя, где все те развивающие журналы и книги по электронике, машиностроению, металлургии, биологии и так далее? Ведь в других западных странах они есть, и в СССР тоже были. Они стоят дорого и ценятся очень сильно. Там регулярно проводятся конкурсы среди молодежи. Посмотрите на США или Японию. Правительство Японии даже сделало робототехнику национальным видом спорта. Каждая семья получает по 15 тысяч долларов, если выигрывает конкурс, который проводится ежегодно, и предоставляется право учиться в одном из лучших ВУЗов страны.

Вот вы, чем занимаетесь, когда приходите с работы? Давайте предположу, что вы смотрите ТВ, читаете книгу или общаетесь в интернете. Можно сказать, что это почти нормально. А знаете, как проводят время многие семьи в Японии? После работы они садятся за общий стол и ... разрабатывают роботов. Мама, папа, дочери и сыновья - все вместе собирают робота, чтобы победить в конкурсе и стать знаменитыми робототехниками среди любителей. Конструируют и разрабатывают роботов даже трехлетние дети. Это не преувеличение. А теперь вопрос, какая страна будет иметь лучшие разработки в области робототехники? Ну, уж точно не Зимбабве.

Пример одиннадцатый. «Делайте только то, что вам приносит удовольствие, и только тогда вы добьетесь успеха», - говорит нам голос из аудиокниги, которую написал американский миллиардер.

Мой перевод на русский язык: «Действительно, не обращайте внимания на все то, что вас окружает. Совершенно не важно, что происходит в этом мире, и куда всё движется. Если вам нравится разводить бабочек, то вкладывайте все свои силы и деньги в бабочек. Совершенно не важно, что это потом не принесёт вам даже денег на то, чтобы прокормить детей. Ведь делать именно то, что приносит вам удовольствие, заставляет ваше сердце биться чаще и лишает сна. Бабочки ведь такие красивые. Разводите бабочек».

Самое интересное, что этот миллиардер говорит нам, что ему всю жизнь нравилось строить небоскребы (я думаю, что вы узнали, о ком идет речь, и о какой книге я говорю). Его отец начал строить дома очень давно, и пока он рос, он всем сердцем полюбил строительство. Когда он стал взрослым, то перенял бизнес отца и успешно продолжил его. У вас не накатываются слезы умиления? А у меня накатываются.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Пока вы будете заниматься тем, что приносит вам небесное удовольствие, то успешные компании займут самые лакомые ниши и заработают пару-тройку миллионов или миллиардов. А вы как были бедняком, так им и останетесь. Для вас даже придумали «умную» поговорку: «Не был никогда богатым, так нечего и начинать». Вам четко указывают на ваше место. Никакой самодеятельности с вашей стороны не должно быть.

Практически все крупные компании знают, что нужно вкладываться в разные сферы бизнеса, так как если один рынок «просядет», то на другом можно будет перекантоваться. У всех тех корпораций, которые нас окружают, нет тех занятий, которые им нравятся. Им нравится все то, что приносит максимальную прибыль. Если сегодня они видят, что спрос падает, то они моментально ищут другое направление. Тут нет гадания на ромашке: «нравится - не нравится». Что приносит прибыль, тем и будем заниматься.

Пример двенадцатый. «Не важно, сколько вы получаете, важно то, сколько вы тратите», - говорит нам очередная умная книженция из соединенных государств Америки.

Мой перевод на русский язык: «Автор этих строк пытается объяснить русским, что если вы зарабатываете по 10 000 долларов в месяц, то вы просто обязаны жить экономно. Да-да, именно экономно. Ведь надо ещё научиться откладывать деньги, то есть копить их. Вот поэтому, если вы каждый месяц получаете по десять тысяч, то научитесь сначала откладывать по 100 долларов, потом по двести и так далее. И через некоторое время у вас должна будет накопиться хорошая сумма, а вы научитесь экономить до 30 процентов своего месячного дохода. И невдомек нашему американскому коллеге, что в России нет таких зарплат, а цены выше американских минимум в два раза».

И не любят говорить американцы в своих книгах, что они живут как раз за счет бедных стран. Каждый взрослый знает, если где-то прибыло, значит, где-то убыло. Поверьте, в США люди работают столько же, но получают в десятки и сотни раз больше. Пример с магазинами и войной мы уже разбирали выше. Они смогли так умно построить систему перекачки денег, что люди в России даже не догадываются, что они вкалывают на безбедную жизнь американцев. Так как это выходит за формат этой книги, то мы не будем останавливаться на этом пункте.

И получается: «Чтобы продать что-нибудь ненужное, надо сначала купить что-нибудь ненужное. А у нас денег нет». Все знают, кто сказал эту поистине мудрую фразу.

Копить деньги можно и нужно. Но если вы зарабатываете не десять тысяч долларов, а десять тысяч рублей, то при сегодняшних ценах это просто невозможно. А если у вас есть дети, то мы вспоминаем самое начало книги, где говорится про «буйволов и львят». Голодная львица не будет рожать львят. Потому что не хочет, чтобы её львята умирали с голоду. А это значит? Правильно. Никаких львят не будет.

Пример тринадцатый. «Учитесь мечтать! Мечтать нужно всегда и везде! Именно мечты сделают вас успешным!» - пишет коллега из Европы.

Мой перевод на русский язык: «Тут даже добавить нечего. Автор этой фразы четко сказал, что учитесь мечтать, потому что в мечтах можно стать кем угодно, а вот в реальности всё будет

гораздо сложнее. Меня терзает один вопрос, почему корпорации никогда не мечтают? Они просто ставят цель и идут, как бронетранспортер, напролом через ограды, по трупам, по женщинам и старикам. Что-то я не замечал, чтобы руководители в корпорациях собирались за закрытыми дверями и рассказывали друг другу о своих розовых мечтах.

Я прекрасно понимаю, что может показаться, что я передергиваю смысл. Мол, мечтать надо, и тогда ваши мечты будут сами вырываться наружу и в конкретные действия. Знаете, сколько таких мечтателей ходит по улицам российских городов? А ведь они, в самом деле, думают, что надо только начать мечтать, и тогда всё будет само собой складываться. Ведь никто не любит говорить о том, что за каждой победой хоть в спорте, хоть в бизнесе стоят десятилетия кропотливой и упорной работы. Ежедневной и ежечасной работы. Просто в книжках так всё легко преподносят, что людям кажется, что успех – это что-то такое безоблачное, легкое и волшебное. Нет. Успех – это кровь, пот и слезы, вперемешку с риском потерять все в один момент. Это и самосовершенствование и размышления над тем, как преодолеть следующий барьер. Именно так и работают корпорации. Никаких сентиментальностей, только жесткая работа, только режим, только цель и только победа. Любой ценой.

Представьте, что вам нравится девушка (или парень), и вы очень хотите быть с ней. Вам говорят, мол, мечтай, думай о ней, и в один прекрасный день вы с ней будете вместе. Вы ходите мимо её дома, думаете о ней, мечтаете о том моменте, когда будете гулять и целоваться с ней. А через пару месяцев видите её беременной. Как вам такой сюжет? Пока вы витали в облаках, какой-то менее мечтательный парнишка её уже окучил в реале, поэтому она с ним, а не с вами.

Вообще конкурент-мечтатель является идеальным противником. Его не нужно убирать с рынка, ослаблять, да даже думать про него не нужно вообще. Он будет просто мечтателем. Ходит себе руки за спину, глаза в небо, насвистывает себе что-то под нос. Ну разве можно это существо тронуть? Жалко же. Пусть мечтает.

Пример четырнадцатый. «Просто найдите свою нишу и производите нужный людям продукт, а потребители найдут вас сами», - пишут два автора из Штата Иллинойс.

Мой перевод на русский язык: «Да, создавайте нужный товар и ждите до гробовой доски своих клиентов, а мы, американцы, будем создавать самый дешевый товар, который изготавливают дети в Азии и Африке. Пока вы будете ждать своих клиентов, мы подкупим чиновников в вашей стране и забьем полки ваших магазинов до отказа. И совершенно не важно, что это самый дешевый и никому не нужный товар, но если другого на полках нет и не будет, то нашу продукцию будут разбирать, а потом уже рекомендовать своим друзьям и знакомым. Люди привыкают ко всему, и к плохому тоже».

Миф о том, что нужно создавать только лучший товар, любить свой бизнес, и тогда счастье само вас найдёт – самое опасное заблуждение, которое насаждается зарубежными авторами. Ваши продукты никому, слышите, никому не нужны. Люди сами не знают, что им вообще нужно. Если бы сегодняшний человек хоть на минуту смог управлять своими эмоциями и беспричинными желаниями, то целые корпорации прекратили своё существование.

Корпорации изо всех сил выносят мозг потребителям, чтобы вдолбить им, болванам, что им

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

нужен именно этот товар и именно в таком количестве. Они прекрасно знают, что потребителям абсолютно без разницы, какой товар покупать, но предпринимателям в других странах они говорят противоположное.

Знаете, если провести аналогию с людьми, то получится примерно такой вариант. У вас нет второй половины, и вам умные советчики говорят вам: «Тренируйся с утра до ночи, чтобы у тебя была красивая фигура. Ухаживай за собой, чтобы на тебя было приятно посмотреть. Читай много, чтобы с тобой было интересно поговорить». Вот вы все это делаете месяцами напролет, но понимаете, что если вы будете и дальше сидеть дома и смотреться в зеркало, то так и останетесь в гордом одиночестве.

Получается, что надо все-таки выходить в те места, где может обитать ваш желаемый объект? У вас возникает идея, что он может ходить в клубы и другие увеселительные заведения. Вы весь вечер собираетесь и приходите в клуб. Оглядываетесь по сторонам и понимаете, что это ... полный абзац. Таких, как вы, просто десятки, если не сотни. И всем абсолютно безразлично, что вы вообще сюда пришли. Вы оглядываетесь вокруг и понимаете, что никого вообще не интересует, что вы пришли сюда. Вас просто не видят. Свет прожекторов не зажегся, вас не приветствовал ведущий, и все не оборачиваются на вас. Но вы продолжаете изучать местную публику и понимаете, что вон та замухрышка оттяпала себе такого симпатичного парня, хотя кроме силиконовых губ у нее нет ни фигуры, ни ума, ни начитанности. Вы проводите часок - другой в клубе и понимаете, что почти все было напрасно.

Вот примерно так же и на рынке. Никого не интересует, кто вы и откуда. Какой у вас товар и зачем он вообще. Если вы сумеете опередить конкурента и навязать свой товар потребителям, то – вы умница.

Мы не будем углубляться в философию и рассуждения, плох ли тот мир, в котором нам приходится жить, или хорош. Это отдельные и большие темы. Нам же приходится пока что подстраиваться под ту систему, в которой мы живем.

Пример пятнадцатый. «Руководитель – должен уметь руками водить. Его наделяют необходимыми полномочиями, которые позволяет ему распоряжаться человеческими ресурсами компании», - рассказывает бизнес-тренер из России.

Мой перевод на русский язык: «Этот «бизнес-коуч», который занимается «консалтингом», делает в каждом предложении непоправимую ошибку. Кстати говоря, таких высказываний около 99 процентов в нашем интернете и в большинстве американских книгах на экспорт. В данном случае тут совсем не до смеха. Руководители в корпорациях – это прежде все тягачи-тяжеловозы, которые несут часто тройную нагрузку, по сравнению со своими подчиненными».

Одна корпорация подсчитала, что средний управленец трудится на 30 процентов больше, чем его подчинённые. Если человек занимает должность руководителя, то он осознает, что ему придется брать на себя не только ответственность за каждого сотрудника, за каждое принятое решение, за каждую победу и неудачу, но ещё и жить на работе. Он не может прийти в десять утра, а уйти в четыре дня. Как правило, они уже работают в 8 утра, а уходят часов в 7 вечера. Не сказать, что это повторяется изо дня в день, но очень и очень часто.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Они не «руко водят», они трудятся вместе со всеми и гораздо больше своих подчинённых. Они получают больше, но у них и ответственность больше. Очень пагубно думать, что если вы стали начальником, то теперь вам можно только следить за тем, как другие работают. Это в корне неверно.

Кабинет у руководителя всегда, я подчеркиваю, всегда открыт, и его монитор развернут зачастую ко всем проходящим мимо, чтобы все видели, что он работает, а не пасьянс раскладывает или охмуряет очередную красотку в социальных сетях. Они всегда говорят своим подчиненным, что их двери открыты для абсолютно любого вопроса, каким бы он ни был.

Сотрудники не должны чувствовать, что им дали задание и пошли отдыхать. И они должны теперь вкалывать, пока директор сидит в мягком кресле и доволен жизнью. Такого нет нигде, ни в одной успешной компании. Все трудятся вместе и для общей цели. Да, руководитель может давать распоряжения, указания, порицать, подбодрять, но каждый его сотрудник – это часть его успеха. Как солдат будет идти в бой, если видит, что его командир ушел с поля боя? Да никто даже пальцем не шелохнет. Вы, надеюсь, не забыли, что бизнес – это война?

И второе. Никогда и ни один руководитель или «топ-менеджер» не скажет про своих сотрудников «человеческие ресурсы». Я ужаснулся, когда один из очередных «бизнес-тренеров» и «консультантов» вообще начал утверждать, что это «расходный материал», который должен окупаться. Вспомните, ведь практически каждый из нас был наемным сотрудником. Как вы относитесь к тому, что в компанию приходят вот такие «специалисты» и говорят вашему начальству, что все сотрудники – это расходный материал? Да ни один управленец в корпорации даже подумать такого не имеет права, не то, чтобы вслух сказать. Если он такое скажет своему коллеге или, не дай Бог, начальнику, то будут сделаны «соответствующие оргвыводы», и сообщено «куда надо». Корпорация может планировать и делать всё, что хочет, но говорить такие вещи категорически запрещено, под предлогом увольнения. Вот такой вот парадокс. Корпорациям абсолютно безразличны их сотрудники-люди, но в тоже время, они их ценят, как своих солдат.

Пойдет ли солдат в бой, если ему скажут, что он «пушечное мясо»? Он сам прекрасно всё понимает, но никогда не потерпит такого к себе отношения ни с чьей стороны. Вспомните, что говорил Суворов про своих солдат? Он им говорил, что они его русские богатыри.

Сотрудников нужно холить и лелеять в определенном смысле, ведь они и есть ваша опора и успех. Но абсолютное большинство «менеджеров высшего и среднего звена» в России просто открыто говорят, что они рабовладельцы, и даже гордятся этим. Это именно тот случай, о чем говорил человек на форуме. Западу проще материально поддерживать таких горе-специалистов, которые разрушат всю систему управления в России. И вот именно такое отношение часто навязывается всезнающими «коучами». Если так будет продолжаться, то ни из какой ямы российский бизнес не выйдет. Нужно на корню менять своё отношение к людям, а тем более к подчиненным.

Откинемся в кресле и сделаем передышку. Никто не упрекает людей в том, что они перебирают иностранными словами, значения которых искренне не понимают. Однако не радуется тот факт, что многие это делают умышленно, загоняя предпринимателей и простых

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

людей в психологическую ловушку. Даже если взять обычное «Окей». В Европе и России настолько часто употребляют это слово, что это сильно режет даже американский слух. Американцы не ожидали, что можно так часто вставлять это слово, куда ни попадя. Такая же ситуация с другими словами. Человек считает, что если он ввернет иностранное слово в свою исковерканную речь, то он будет казаться умнее. Отчасти, это верно. Большинство людей действительно считают, что если человек знает такие страшные слова, как «клиринг, ликвидность, своп или эмиссия», то он больше вас разбирается в теме. Такое же психологическое давление оказывает костюм и галстук на собеседника.

В этой книге я нарочно обнажаю лишь «негатив», потому что его пока слишком много, чтобы концентрироваться на мелких успешных методах. Чтобы построить дом, нужно, как правило, сначала разгрести кучу мусора на месте стройки, и уже потом начинать планировать стройку нового, красивого и прочного дома. Поэтому можно сказать, что мы разгребаем огромные кучи мусора в наших головах. Ведь этот мусор часто нам накидывают наши соседи, а не мы сами. Мы лишь только докидываем в общую кучу нужные и полезные вещи, перемешивая их с хламом.

Корпорации и их психологи хорошие специалисты в борьбе с конкурентами. Они идут на любую уловку, лишь бы достичь своей цели. И у них пока что это хорошо получается. Ведь они знакомы с фундаментальными исследованиями ученых и понимают, что даже эта книга не будет воспринята абсолютным большинством, как руководство к действию. Некоторые из вас, уважаемые читатели, к сожалению, скажут, что вся эта книга настолько «недалека», что читать её не имеет смысла вообще. Что это пустая трата времени, а автор, то есть я, вообще полный маразматик. Я знаю, что на форумах в интернете некоторые будут поливать меня из ушат, не думая, что я могу ваше сообщение прочитать. Удивительно то, что люди думают об авторах книг.

У людей такое ощущение, как будто авторы живут в каком-то другом измерении: не ходят по социальным сетям, не читают комментарии, сами не ставят «лайки» к понравившимся картинкам или статусам и вообще не знают, что такое компьютер. Как говорят исследования, это тоже нормально. Так устроен человек. Читатель даже не может предположить, что у меня при написании этих строк играет в наушниках Нью-Йоркская группа «Celldweller» и звучит песня «Switchback», и у меня нет бороды, как у «всех» писателей книг. Я сейчас не держу перо в руках, а печатаю текст на ноутбуке и даже не одеваю галстук. А самое интересное, что некоторые будут утверждать, что автор глубокий старик и вообще настолько оторван от жизни, что не видит дальше своих очков.

Я отдаю себе отчет в том, что некоторые читатели будут вырывать фразы из контекста и приводить их на форуме как «особо абсурдные», и форумчане, даже не читая самой книги, скажут, что «аффтар- полный критин». Я готов к тому, что некоторые начнут придирается к мельчайшим, как им кажется, неточностям, считая, что если он знает какую-то вещь лучше автора, то значит вся книга полная ерунда.

Это нормально, я знаком с этими всеми явлениями и со всем пониманием отношусь к этому. Но я хотел бы заранее выразить искреннюю благодарность тем людям, кто прочитает полностью

мою книгу и уловит мою главную мысль. Таких людей будет примерно четыре-пять процентов, может быть, чуть-чуть больше.

При всем при этом, я буду признателен всем своим читателям, что вы выскажете своё мнение. Мне, как и Тавистоку, очень важно знать, какую реакцию вызывают те или иные факты, о которых здесь идёт речь.

Теперь я переключаю плеер на отличнейшую московскую группу «Слот» и их песню «Страх, боль и слезы» и перехожу к следующему примеру.

Пример пятнадцатый. «Каждая компания должна знать цель своего существования, а также выполнять определенную миссию, выпуская свои продукты. Они должны нести в себе смысл и даже философию».

Мой перевод на русский язык: «Вы можете, сколько угодно философствовать, придумывать себе высокие цели и миссию, а мы, корпорации, будем исходить из одной, но очень важной цели – максимальной прибыли из всего, что можно продать. Наша цель - захватить рынки всех стран и умы целых поколений. Подсадить их на свои товары и максимально удерживать своё господство в этих регионах».

Нам не нужно ставить какие-то выдуманные цели, но нам нужно вдолбить покупателю, что мы работаем для них, родимых, день и ночь создавая только лучшее и думая непременно о философии. Нам нужно убедить их, что именно наша «философия» и наши продукты соответствуют их внутреннему миру. Да Боже мой, какая разница, что вдолбливать своим покупателям, мы пойдем на все, главное, чтобы они купили наши продукты, обеспечивая прибыль.

Мы будем изучать вместе с психологами поведение людей и придумывать такие методы как «саш тоб», которые являются производной от «флэш моба», только направлены на подстегивание людей тратить деньги ещё больше. Как мы это делаем? Вы стоите в магазине и думаете, какой товар купить. Вокруг вас ходят люди и также выбирают и общаются на заданную тему. Между делом они могут вам подсказать, какой товар хороший, а какой ещё лучше. В один момент все люди берут по одному продукту и идут платить за них на кассу. У вас появляется чувство неполноценности: «Все купили, а я нет». То есть, теперь корпорациям не нужно дожидаться того момента, пока это жалкое чувство в вас зародится. Вам это чувство принесут прямо в магазин, чтобы вы купили без колебаний.

Самое важное, что весь спектакль затевается за счет «заведения». Все те люди получили деньги от магазина и якобы потратили в этом магазине. А потом вернут товар, но вы и другие люди уже сделаете настоящую покупку. Вот так эти люди и гастролируют из магазина в магазин, оттачивая свою тактику и совершенно не думая о «философии». Это называется «конструирование реальности». Все видели фильм «Игра»? Вот примерно также, только в миниатюре и исключительно для вас.

Пусть предприниматели из других стран ворочаются ночами и думают над тем, какую философию они выберут для себя родимого. Им будет невдомек, что покупателям по барабану

на их философию. Что покупателю подsunешь, то он и купит. Самое главное, это убедить его в этом. Пока они, ворочаясь в постели, думают, мы втохиваем клиентам свой продукт и расширяем рынки сбыта. Мы можем написать на упаковке, что мы думаем об окружающей среде, хотя на наших заводах в Азии работают малолетние дети, производя эту самую упаковку в грязи. На упаковке ведь этого не будет видно, и покупатель будет думать, что у нас «эко-философия».

Вы занимались спортом? Если да, то знаете, что есть такие упражнения, которые не дают ощутимых результатов. Но есть и такие упражнения, которые тяжелее выполнять, но именно они дают максимальную отдачу и приносят результат. Для разнообразия можно делать разные упражнения, но если отвлечься от главного, то ваши тренировки будут проходить вхолостую. Как стрельба холостыми патронами. Чем больше ваш противник стреляет холостыми, тем больше у вас шансов уничтожить его боевыми патронами.

Чем больше вы будете философствовать, а ещё лучше и мечтать, тем больше нам достанется вашего рынка. Как там говорил Вольтер: «Когда слушающий не понимает говорящего, а говорящий не знает, что он имеет в виду, - это философия». Слегка преувеличено, конечно, но направление очень верное.

Пример пятнадцатый. «Качество продукции приобретает всё большее значения для покупателя», - утверждает нам российский автор, который копирует «знания» с западных книжек.

Мой перевод на русский язык: «Пока российские авторы умышленно или по незнанию, будут тиражировать этот миф, корпорации будут все больше поглощать российских компаний, которые ещё вчера давали признаки жизни, а их руководство понимало толк в деле.

Вы видели фильм «Купить, выбросить, купить»? Если нет, то посмотрите. Вы думаете, что крупный бизнес заинтересован в высоком качестве своей продукции? Да ему глубоко, тут хотел вставить более жесткое слово, безразлично, что нужно покупателю. Цель бизнеса – навязать то, что ему выгодно. Вы думаете, что именно для этого внедряются шесть сигм? Нет, им не нужны качественные вещи, которые будут служить веками. Им нужно только такие товары, которые можно продать и юридически остаться чистыми, когда они поломаются. Самое главное, чтобы товар соответствовал представлению покупателя. Вот именно этим мы и занимаемся с утра до ночи, без выходных. Мы внушаем, закладываем в потребителя нужные нам параметры, а потребитель потом пусть думает, что он сам пришел к такому умозаключению. Все довольны. Товары продаются и покупаются.

Русские пусть стремятся создать качественные вещи у себя дома. Не для того мы рушили СССР, чтобы у них были долговечные вещи. Мы рушили их страну, чтобы захватить ещё один неподатливый рынок сбыта. Посмотрите вокруг. Лепота. Вся страна буквально забросана низкокачественными и дешевыми товарами из стран Азии. Они же думают, что это все китайцы во всем виноваты, что Россия завалена одним хламом. Им же невдомёк, что товары лучшего качества дано носить не всем. Посмотрите на Африку. Там тоже многие племена думают, что во всем виноваты небеса, что посылают им такие отбросы.

Вообще тема Африки не до конца раскрыта в наших странах. Люди не до конца понимают, что именно статус Африки отведен России. Знаете, кто отвел ей такой статус? Нет, об этом не принято говорить. Сами подумайте.

Африку раздробили на много мелких частей, вынули из них всю душу и даже тело, оставив только нищету. Всем живущим там народам вдолбили, что каждый из них большой оригинал и несусветная личность. Поэтому каждый гектар – это отдельная страна. И люди рады были, что они обрели «независимость» от большой земли. Они искренне рады были отделиться от своих сородичей и жить «независимо». Бедный народ Африки до сих пор не понимает, что их разыграли по избитому принципу «разделяй и властвуй». Они были слишком наивными и думали, что «меценаты» из США и Европы хотят принести им «медицину, автомобили, знания и здоровье». Они, как и индейцы, не задумывались над тем, что, открыв им однажды дверь в свою страну, европейцы больше никогда не уйдут с их земли. Они будут выкачивать абсолютно все, не давая взамен ничего. Ну, может, только такие же бусы, как и индейцам в свое время. Индейцы до сих пор смотрят на эти бусы (сотовые телефоны) и понимают, что это было самой большой ошибкой за всю историю их существования.

Когда наши западные партнеры говорят о сотрудничестве с Россией, то они как раз подразумевают именно такое партнерство, которое у них было с Африкой и индейцами. Другого партнерства они не знают и не могут знать. Россия и другие страны уже открыли дверь своим «партнерам», но не надейтесь, что они просто так уйдут. Это не те люди, и не тот менталитет. Они будут добиваться только полного контроля над страной и её ресурсами.

Теперь включаем другую группу, например, вокально-инструментальный ансамбль «Трактор боулинг» с их неподражаемой вокалисткой Лусине Геворкян. А поставим мы их лирическую композицию «Ничья». Вот под эту песню мы пойдем разбирать следующий пример.

Пример шестнадцатый. «Реклама – двигатель прогресса», - говорят все.

Мой перевод на русский язык: «Мы же помним, что мы говорим о корпорациях? Помним. Поэтому мы также знаем, что корпорации практически никогда не дают рекламу. Они просто делают так, что у вас не будет возможности выбрать другой товар. Скажите, у вас какая операционная система стоит на компьютере? Вы поняли, о чем я? Вот именно так и поступают, когда играют в большие игры большие дяди. Они не тратятся на рекламу, они просто проникают туда, куда обычные люди не имеют доступа. Знаете, в Штатах есть такая поговорка, смысл которой примерно такой: «Если взять здоровяка за причинное место, то все его тело пойдёт в ту сторону, куда вы потянете». Другими словами, нужно поставить потребителя в такое положение, из которого он просто не выйдет. У него просто не будет другого выхода, кроме как купить ваш продукт.

Пока предприятия в других странах будут давать рекламу во всех СМИ, мы просто договоримся с розничными сетями о том, чтобы они не брали другие продукты на свои полки. А когда вы заходите в магазин, то у вас появляется выбор между «синей и красной таблеткой». Иными словами, у потребителя не остается выбора, кроме как купить товар именно этого производителя. Пусть он не вкусный, пусть дорогой, пусть с химическими добавками, но ведь в

другой магазин нужно специально ехать, а на дорогах пробки. Короче говоря, покупаем и уходим из магазина.

Некоторые предприниматели до сих пор не могут понять, почему магазины их товар не берут на продажу. Да потому, что они не имеют права. Как говорит знакомый бизнесмен: «Если нет отката, то устраивают закат». Поэтому давайте переделаем фразу «реклама – двигатель прогресса» и приделаем ей наше окончание.

Получаем: «Реклама – двигатель прогресса, который ест много бензина». Пока вы будете кормить этот двигатель, то другие смогут договориться в закрытом клубе и решат забить все полки нужным товаром. А вы потом, сколько денег ни вливайте в рекламу, а толку - ноль. Чего таким образом добились западные компании? А того, что российские товары просто не имеют шансов у себя в городе и даже стране. Что и требовалось доказать.

Вспомнил, что давно не слушал одну красивую песню в исполнении азербайджанского музыканта Алихана Самедова, которая называется «Sen Gelmez Oldun». Звучание балабана не перестаёт радовать даже много лет спустя.

Пример семнадцатый. «Найдите отличную идею для бизнеса, которая сделает вас богачом!»- сказано в американской книжке.

Мой перевод на русский язык: «Вы опять должны искать что-то, куда-то смотреть, о чем-то думать. Вам, как конкуренту, не должно прийти в голову, что все уже придумано и проверено. Чтобы вы не думали о самых прибыльных отраслях промышленности и прочей «дребедени», типа углеводов и автомобилестроения, то вам нужно на пальцах объяснить, что вы никогда не разбогатеете, если не придумаете суперуникальную идею. Американские авторы не договаривают, как всегда, одну маленькую деталь. Пока вы будете искать самую уникальную идею для бизнеса, то все ваши природные ресурсы и промышленность уйдут из-под ваших ног».

Вас нужно отвлечь, чтобы выиграть время. Быть может, вы всю жизнь потратите на «сверхприбыльную» идею и не додумаетесь посмотреть просто вокруг себя. Все гениальное – просто. Знаете, как фокусники делают отвлекающие маневры руками, ногами, телом, чтобы отвлечь ваше внимание от самого головного «фокуса»? Ведь все фокусы крайне просты технически, но пока вас отвлекают, вы не замечаете очень простых вещей и потом думаете, что перед вами маг и волшебник. А он вам неустанно повторяет, что такой фокус ни за что вы не можете повторить, потому что «таланта нет».

Вот скажите, когда в миллионный раз перечитываете в интернете идеи для бизнеса, у вас же постоянно мелькает фраза: «Блин, ну что за мусор, а не идеи тут собраны». Уверен, что постоянно мелькают. Но вы продолжаете зомбироваться этими идеями и убеждать себя, что вы какой-то «неправильный». Ведь если кто-то эти идеи придумал, значит, и у меня что-то должно сработать. А оно не срабатывает. И вам не может прийти мысль в голову, что все эти «идеи» написаны специально для вас, чтобы они никогда, вообще никогда не сработали.

Мы все привыкли верить написанному, особенно если это чудо-юдо пришло с Запада. Если уж в США или Европе кто-то смог заработать триллион на рекламных наклейках для велосипедов, то значит, «блин, и в России эта байда должна сработать». Ну, признайтесь, признайтесь, что вы именно так и думаете?

Вы же никак не можете подумать, что автор этой «идеи» вообще не имеет никакого отношения к бизнесу. Он просто сидит и придумывает бред. Давайте, я сейчас вам покажу, как это делается.

Самый удачный пример реализации нестандартного подхода к бизнесу показал Том Полсон (штат Огайо). Он первым установил телевизоры в туалетных кабинках, которые показывают рекламу. Том зарабатывает на том, что посетители, пока не просмотрят рекламный ролик, не смогут открыть крышку унитаза. Но они вынуждены её смотреть, потому что пользование туалетом бесплатное. Платят рекламодатели за каждый просмотр. Свою идею он запатентовал и теперь открывает отделения по всему штату. Планирует расширяться через год до масштабов всей страны, а потом и за границей. (Тут я заканчиваю свою идею).

Вы видите, как я, даже не думая ни секунду, «родил» успешную идею бизнеса. А вы сидите и думаете: «Круто, какой-то америкос смог на туалетах поднять миллионы и стать человеком. Пусть на туалетах, главное, что деньги есть теперь, и можно вложить их в более чистый бизнес. Чем я хуже?»

Вот таким бредом забит весь интернет. От удочек из бамбука в России, до пивков в виртуальных огородах. Я не удивлюсь, когда кто-нибудь возьмет мою «бизнес-идею» и выставит у себя на сайте. Потом другой такой же прочитает и попробует найти бизнес-партнера для этой идеи. И круговорот хлама в головах не прекратится.

Сколько же в наших светлых головах набито мусора. Его как начали завозить в начале девяностых, так и продолжают. А мы складываем его аккуратненько, да ещё и сортируем. Когда у нас появляется время между работой и отдыхом, мы пытаемся перепробовать на вкус весь тот хлам, который натащили к себе в голову. Я уже устал повторять, что это и есть истинная цель всех «бизнес-идей» и «эффективных бизнес стратегий».

Это все не прекратится, пока мы снова не научимся думать своей головой.

А теперь делаем передышку. Включаем клип одной из самых красивых певиц в России, которую зовут Марина Девятова и песню «Чёрный ворон». Наслаждаемся её неземным голосом и переходим к следующему примеру.

Пример восемнадцатый. «Пассивный доход, резидуальный доход — доход, не зависящий от каждодневной деятельности», - говорит нам Википедия.

Мой перевод на русский язык: «Сколько бы я языков не изучал, но слово «резидуальный» я так и не смог понять. Но зато я понял, зачем это слово вставили в это предложение. Вы ещё не догадываетесь? Конечно, чтобы придать всей «сурьезности» этому виду «дохода».

Сколько пятнадцатилетних миллиардеров в России заработали свой первый миллиард в пять лет, и теперь получают «резидуальный доход»? Предприниматели со стажем и руководители крупных предприятий могут даже не читать этот пример и мои комментарии. Потому что вы знаете, что это обычное зомбирование подростков. Ну, а для начинающих придется разжевывать и класть в голову.

Дело в том, что в этом мире нет ничего пассивного (то, о чем вы подумали, не имеет к нам никакого отношения). Особенно, если речь идет о бизнесе. Бизнес – это жесткий распорядок дня, четкие цели, риски, жестокая борьба за влияние на рынке и много ещё чего «пассивного» и «гламурного».

Зачастую бизнес – это когда берешь самокат и пытаешься обогнать Porsche на полном ходу. Это если очень кратко. Я не ошибусь, что очень многие пытались именно так и сделать. Обогнать гоночный автомобиль на самокате, имея в голове мусорную «бизнес-идею», которая заставляла вас отталкиваться от земли и догонять тот самый Porsche. После многих неудачных попыток вы начинаете задумываться над тем, что законы физики все-таки умнее ваших бизнес-идей, и Porsche не получится догнать. А только спустя годы, вы начинаете понимать, казалось бы, элементарные вещи. Вы понимаете, что даже самокат не будет сам катиться, не говоря уже об автомобиле. Чем дороже и быстрее автомобиль, тем больше за ним нужно ухода.

Скажите, вы же не думаете, что автомобиль может ездить сам по себе, пассивно? Нет, конечно. Так и бизнес, даже если вы нашли способ зарабатывать, то вам необходимо будет ежедневно контролировать состояние дел, звонить, улаживать проблемы, да и много ещё чего. Вы, конечно, можете на полной скорости бросить руль и ждать «пассивного» управления, но никто вам не гарантирует, что вы не вылетите в овраг или на встречную полосу. Вы же держите руль ежесекундно? Чем выше скорость, тем крепче нужно держать руль и иметь высокую концентрацию. Даже если вы не отпускаете руль, а потеряли концентрацию – быть беде. Большая скорость – это большой риск.

Корпорации ни на секунду, повторюсь, ни на секунду не выпускают из вида свои дела. Каждый должен докладывать о происходящем на рынке, изменениях в стране, конкурентах, ценах, погоде и многое другое. Если меняется погода на дороге, то вы уже не можете ездить, как в сухую погоду. Вы перестраиваетесь и учитываете уже погодные условия. А что говорить про гололёд?

Никакого пассивного бизнеса не бывает. Руль управления нельзя отпускать ни на секунду. Можно позволить убрать руки на секундочку, но последствия уже самые разные. Может пронести, а может, и нет. Вам этого нужно? Вы хотите играть в рулетку в бизнесе?

Поэтому помните, как только вы остановились – вы катитесь вниз. Если вы приняли «пассивную» позу, то конкуренты ваши не будут этого делать и будут с утра до ночи вбивать клинья в ваш огород. А потом скажут, что так и было. Так устроен мир, в котором мы живем.

Пример девятнадцатый. «Российский бизнес находится в кризисе, и я знаю, как это исправить», - говорит российский «писатель» и «бизнес-тренер».

Мой перевод на русский язык: «Есть правила, которые нельзя нарушать. Я не имею права называть ни имен, ни фамилий, ни отраслей, ни названий. В данной главе я также не смогу назвать одного из самых ярких представителей оболванивателей в России».

Есть восточная мудрость, которая гласит: «Если хочешь победить соперника, то воспитай его детей». То количество одурманивающей информации, которое даётся из книг авторов, проживающих даже в самой России, просто поражает. В каждой книге авторы как заклинание повторяют, что работать ни в коем случае не надо. Твердят как молитву: «Успешные бизнесмены никогда не работают». Авторы повторяют из книги в книгу, что работать – это смертный грех.

Если вы дочитали до этих строк, то у вас уже есть примерное впечатление, как работают крупные компании на Западе (США, Англии, Германии, Франции, Бельгии и так далее). Я всем сердцем хочу дать понять, что такой праздный образ жизни вам намеренно навязывают ваши конкуренты. Ведь чем меньше мы работаем, тем больше работы есть у них.

Давайте опять посмотрим на Африку. Если вы посмотрите на их жизнь, то поймете, что очень многие считают, что работать – это не для них. Они уверены, что их участь более радужная, чем учиться, познавать и трудиться. Им внушают, что «работа – это удел неудачников и идиотов», которые не умеют «работать головой». Спросите себя, вы тоже считаете, что работать должны только крупные и успешные компании и их топ-менеджеры? Вы действительно не понимаете, что русским намеренно внушают такой образ мышления, чтобы мы даже не пробовали создать хорошие продукты? Тогда мы и будем ходить, как в каменном веке, в одной руке каменный топор, а в другой - сотовый телефон с AMOLED- дисплеем.

Знаете, Фёдор Емельяненко как-то сказал: «Очень обидно, что в нашей стране гантели стоят в 20 раз дороже бутылки водки». Неужели вы до сих пор думаете, что это случайно? Самое обидное, что и примеры у нас есть тех, кто поверил в эти «случайности», и теперь ходит голодным и босиком мимо шикарных автомобилей и яхт.

Почему мы все думаем, что вот «он» знает лучше нас, как нам жить. Почему мы так слепо верим всему, что написано? А тем более на Западе. Почему нам постоянно вдалбливают, что «вот они-то умеют жить и работать, не то, что мы тут, лапти». Я даже не хочу, чтобы вы верили моей собственной книге. Но я очень хочу, чтобы вы думали своей головой и ставили под сомнение все, что вам говорят, и все, что вы слышите. Нет такого человека, который за вас всё решит в вашу пользу. Если вам говорят «не работай», то задумайтесь, зачем он это вам сказал. Если вам говорят, что «у вас все плохо, на Западе все хорошо», задумайтесь, кто это вам говорит и с какой целью? Узнайте про него больше, и я уверяю вас, что как только вы копнете глубже, то всплывут другие детали, о которых вам предпочитают не говорить.

Если вы чувствуете, что «это все не то», «это не мое», «это чуждое мне и моей семье», то отказывайтесь от этого без рассуждений. Если вам говорят, что «это прибыльно», то спросите его, почему он сам не может разбогатеть на этом. Если вас уверяют, что «это вам нужно», то спросите его, почему он так вдруг стал заботиться о вас и о вашем кошельке?

Если вам пишут, что кто-то заработал миллион за один год, то спросите себя, что вы знаете про того человека? Вот скажите, вы знаете всё про своих соседей? Чем они живут, как зарабатывают, сколько денег накопили и сколько украли? Уверен, что нет. Да вам и никто ничего не будет рассказывать просто так. А уж тем более про своё благосостояние.

Если вы нашли золото, то вы пойдете всем об этом рассказывать или все-таки сами его заберете, и будете помалкивать? Неужели вы думаете, что кто-то расскажет вам про то, где он берёт золото, да еще выложит все детали в интернет?

Вы уж не сердчайте, что я повторяю одно и то же по многу раз. Как видно из практики, в головы людей набросали мусора и забили крышку крепко-накрепко и написали: «не открывать». Короче говоря, постарайтесь не быть такими наивными, как исчезнувшие индейцы и народы Африки. Ничего не происходит просто так. За хорошим - нужно бегать, а плохое само придет.

Перед тем, как перейти к следующему примеру, давайте прервемся на три минуты и послушаем песню «К Бате», которую поёт Николай Емелин.

Пример двадцатый. «Изучаем самые частые ошибки в малом бизнесе американских предпринимателей», - говорит нам сайт для предпринимателей в России.

Мой перевод на русский язык: «Скажите, какая вам разница, сколько раз житель из дома напротив пережарил креветки? Вам полегчает, если он вам скажет, что купил в тайском ресторане отличные креветки, положил на самую лучшую тефлоновую сковороду и жарил по рецепту самого ресторана. Вам это поможет приготовить борщ? У вас в холодильнике нет креветок, и вообще вы не хотите готовить креветки, а уж тем более по рецепту тайского ресторана.

Если вы собираетесь готовить борщ или лепить пельмени, то может быть, спросить у своих родственников, у которых вы ели эти блюда? Скажите, зачем вам забивать голову всем этим хламом? Зачем вам тратить время и энергию? Хорошо, предположим, что информация «лишней» не бывает. Допустим. Вы собираетесь открывать бизнес в Штатах уже через пару месяцев? Нет. А может быть, вы собираетесь применять их способы у себя дома? Допустим.

Коль мы хотим брать их опыт за границей, но работать у себя дома, то это выглядит примерно так.

Мы собираемся готовить борщ, но в рецепте говорится о креветках. По ходу работы выясняется, что креветок нет, поэтому в наш борщ пойдет осётр (чем не креветки?). Но мы не забываем, что мы хотим готовить борщ, и тут звонят в дверь, и заходит друг, который говорит, что он точно знает, как готовить. Сыпет крупы, потому что у вас же дома только крупа есть, хотя он говорил про овсянку. Вы с умным видом солите, не перебарщивая (ведь вы опытный кулинар), и поэтому борщ не должен быть пересолен в принципе. У соседки на время берёте свеклы, капусты и лавровый лист. Вы ведь отлично понимаете, что лавровый лист в нормальном борще по любому должен быть. И далее все в таком духе.

Лев Толстой очень верно сказал на этот счет: «Важно не количество знаний, а качество их. Можно знать очень многое, не зная самого нужного». Вам уже понятно, что нельзя применять

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

то, что не имеет к вашей ситуации никакого отношения. Но мы читаем и тупеем, тупеем и снова читаем все их методы. Но это далеко не все, что вас подстерегает на этом скользком пути.

Ответьте себе, а вы уверены, что эти все «бизнес-ошибки американцев» при переводе с английского не содержат банальных ошибок при переводе текста? Спросите себя, кто переводит эти тексты вообще? Ведь каждый перевод стоит денег и причем немалых. Вы, скорее всего, тоже владеете каким-либо языком, кроме русского, и знаете, что хорошо перевести текст – это нужно быть профессионалом. И даже профессионалы делают откровенные ляпы. А откуда берутся и множатся все эти статьи в интернете?

Если такая «умная» статья появляется в глянцево-м журнале, то там вроде бы ясно, что перевод текста на русский язык заказал сам журнал. А откуда они берутся в интернете? Грамотный перевод статьи стоит совсем не мало, и если вы хоть раз заказывали перевод документа, то знаете расценки. Поэтому автора проследить практически невозможно, что делает такой источник по надежности, мягко говоря, ненадежным. Поэтому ручаться за точность перевода вообще нельзя. Но и это ещё не все.

Хотите, я вам расскажу про то, как множатся тексты в интернете? Вот, допустим, вы взяли и «слизали» текст у глянцевого журнала и выставили на сайт. Казалось бы, такое тоже может быть. Ваш текст на сайте видят другие владельцы сайта и считают его интересным, но вот взять один в один с вашего сайта они не могут по определенным причинам (не уникальный контент, это так называется). Я не могу углубляться в создание сайтов и их продвижение, но скажу, что часто не берут текст один в один и не вставляют к себе. Они его переписывают. Это называется «глубоким рерайтингом» текста.

То есть, текст с журнала переписывается своими словами, чтобы оставался смысл, но порядок слов был другим. Самое главное, что тот, кто переписывает этот текст ему вообще по барабану такие мелочи как «миллион» или «миллиард», «менеджер» или «машинист». Его цель - сделать статью из журнала непохожей на оригинал, и поэтому в новый текст должны быть внесены изменения. Какими бы ни были эти изменения, человеку без разницы.

Но и это ещё не всё. Если не известен автор оригинала на английском языке, то разве мы можем быть уверены, что эти все «успешные» люди и их рассказы существовали на самом деле? Никто, поверьте, никто и никогда не даст вам гарантии ни на один текст. А если теперь представить какой суррогат мы потребляем, и разве можно из этих всех ингредиентов вообще что-то сварить, кроме, простите, коричневой жижи, которая плавает в канализации?

А потом мы все удивляемся, отчего наши идеи не работают. Удивляемся, почему в одной книге пишут одно, а в другой, на эту же тему, совсем противоположное. Если вы не понимаете чего-то, то допустите такую мысль, что, может быть, как раз это и есть цель.

Ставим песню «Immunize» австралийской группы «Pendulum» и переходим к следующему примеру.

Пример двадцать первый. «Все миллионеры стараются делать больше, чем им платят их клиенты», - повествует американский автор.

Мой перевод на русский язык: «Все миллионеры очень разные, но вот корпорации все одинаковые. Ни одна корпорация не ударит и палец о палец, если это выходит за рамки трезвого расчета. У вас есть клиенты, и все они очень разные. Есть такие клиенты, которые заказывают мало, а требуют внимания очень много. Наш американский друг говорит нам, что мы должны делать все для него, чтобы он был доволен нами. По его словам, так поступают все миллионеры в США».

«Я вам не скажу за всю Одессу», но в корпорациях очень четкая дрессура сотрудников на этот счет. Если клиент требует слишком много внимания и приносит мало прибыли, то возиться и церемониться с ним особо не стоит. Конечно, это не означает, что его можно послать в лес к розовым медведям, но если клиент действительно любит поговорить по телефону часами и десять раз в день спрашивать об одном и том же, и так месяцы напролет, то его быстро поставят на место. Сам сотрудник клиентской поддержки не скажет ему ни слова, он просто запишет своё мнение и отправит руководству. Как правило, руководство при удобном случае поставит вопрос и вежливо попросит клиента «быть более конкретным» в своих запросах, так как время не резиновое. Если клиент этот намек не поймет, то сотруднику скажут быть менее церемонным по отношению к нему.

Поэтому если миллионеры могут себе позволить делать гораздо больше, чем клиенты платят, то корпорации - нет. Но есть одно большое и жирное «но». Если клиент важный и приносит прибыль, то над ним будут бегать с веером и спрашивать по десять раз в час, не хочет ли он сделать кондиционер на полградуса меньше или оставить как есть? Обед ему прямо сюда в офис или на такси отвезти его в ресторан с охраной? Я несколько не преувеличиваю. Трезвый расчет во всем. Если клиент плодородный, то его будут ублажать без конца и края. Как только он начнет приносить меньше прибыли, то его могут так вежливо спросить: «А вы, какой оборот держите в этом году? Ах, ну да, для вас это много».

При работе с корпорациями важно всегда помнить, что они с вами будут говорить так, как считают нужным. Вы можете думать о себе все, что хотите. Вам часто может казаться, что они за счет вашего сбыта вообще существуют. Вам не скажут в лоб, что вы микроб, по сути, и с вашими заказами вообще невыгодно возиться. Сколько вы там делаете оборота в год? Сколько? Два миллиона? Не делайте мне смешно. У нас такие обороты в день в одном отделе одной страны.

Если вы начнете их напрягать своими расспросами, то они могут при первом удобном случае от вас избавиться, как от ненужной нитки. Поэтому ваши ощущение не играют роли. Если только вы сами чувствуете, что они с вами очень вежливы, то значит, вы им выгодны. В противном случае, вы встанете в очередь и будете терпеливо дожидаться приема.

Бизнес – это не курилка в студенческой столовой. Есть вопросы по делу – задавайте, нет вопросов, до связи, и желаем вам отличного дня. Клиент должен получать за свои деньги ровно то, что мы считаем нужным. Нам без разницы ваши амбиции и эмоции. А еще нам без разницы,

что там делают миллионеры в американских книжках. Потому что мы, корпорации, не миллионеры, а миллиардеры.

Если отбросить сейчас все эти миллиарды из головы и подумать разумно, то личное моё мнение такое же, как и у корпорации. Это не значит, что нужно всё грести под одну гребенку. Есть приятные собеседники, есть перспективные клиенты, все индивидуально. Но не позволительно тратить 2 часа на болтовню с клиентом или уделять его запросам постоянно гораздо больше времени, чем остальным. Я уже не говорю про то, что делать всем клиентам всегда больше того, чем они платят. Это просто неразумно. Если вы жили в Штатах или Европе, то можете ли вы вспомнить, чтобы с вами возились? Могут раз-два пойти навстречу, но в стандартной ситуации ты получаешь ровно столько, сколько они считают нужным.

Поэтому и в данном пункте я вижу очевидное несоответствие того, что пишут, с тем, что есть в реальной жизни. Вы не будете тратить свое время на клиентов в тех вопросах, которые вам в действительности ничего не принесут. Вы можете выиграть одного-двух перспективных клиентов, но очень высок риск, что вы будете просто работать вхолостую. Выиграет или проиграет ваш конкурент от того, что вы будете тратить попусту своё время – решать вам.

Послушаем песню? На сей раз ставим Noname MC и песню «Двигайся только вперед».

Пример двадцать второй. «Брайан Эйчер ехал с Меррил Ароуз по Эштон авеню и, показывая на Стоунбилдинг, сказал: «Мой офис находится в семи милях от Кроунплаза».

Мой перевод на русский язык: « Мы совсем перестали жить своей жизнью. У нас настолько сбиты ориентиры, что мы порой перестаем понимать, в какой стране мы живем вообще. Книги читаем американские, фильмы тоже американские, песни американские, бизнесу учимся по американским учебникам, ... выходим на улицу, а там совсем другая страна. И наш мозг просто кипит от этого несоответствия. Мы создаем себе одни образы, а выглядывая из окна, видим совсем другие».

В этой стране нет ни имен американских, ни названий улиц, ни зданий таких, ни бизнеса такого нет. Это все лишь наше воображение. Мне иногда кажется, что у многих уже это воображение стало пошаливать.

Посмотрите вокруг себя. Мы стали себя вести как обрубки, которые все остатки рассудка, культуры, традиций, рассыпали по дороге, но дорога эта никуда не привела. Стоим теперь в тупике и не знаем, что делать. Вроде столько шли, а оказывается - это вообще был тупиковый путь. У нас вынули весь мозг и заменили его суррогатом, который не сходится ни с нашей жизнью, ни с нашим языком, ни с нашим менталитетом... да вообще ни с чем.

Как мы можем жить в голове одной жизнью, а, выходя на улицу, видеть другую? Я согласен, можно поиграть в театре час или два другую роль и получить от этого удовольствие. Но разве можно жить чужой жизнью и при этом пытаться добиться хороших результатов своей? Это просто противоречит всем законам психологии.

Нам постоянно приводят в примеры американские названия, но мы даже представить себе не можем, о чем автор вообще говорит. Автор пишет, что он работал в розничной сети Sportfield,

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

которая стоит на Elise стрит. Как человек, живущий в Пензенской области, может адекватно обработать эту информацию? Друзья, область может быть любой другой. Хоть из Саратовской, хоть из Новосибирской. Просто мы все, используя чужой язык, чужие представления о жизни, не сможем правильно реконструировать все то, о чем пишет зарубежный автор. Тут дело не в том, что даже автор плохой, и не в том, что мы плохие. Нет. Просто наши представления очень разные. В наших городах и уж тем более странах все настолько разное, что оно не имеет ничего общего с нашими фантазиями и воображением.

Поэтому даже если предположить, что автор хочет максимально точно донести все тонкости, то люди, которые не видели этого воочию, не смогут правильно представить себе ситуацию. Мы можем хоть сто раз прочитать и представить тот магазин, но мы не можем знать, правильно ли мы его представили.

У вас никогда не было недопонимания, когда вы спрашивали дорогу у прохожих? Для одного человека дом может быть огромным, а для другого – это будет просто собачьей будкой. Один будет говорить, что за тем углом будет дорога, а другой скажет, что это вообще тропинка, а дорога будет через десять километров, за лесом.

Чем больше мы живем не своими понятиями, тем дальше мы будем отдаляться от тех целей, которые себе ставим. Чем больше мы будем читать и впитывать не своё, тем дольше мы будем жить в том небытии, в котором живем уже более двадцати лет.

Давайте оглянемся назад и увидим, что мы не добились практически ничего существенного. Даже если бы они нам давали ориентиры от всего сердца, то мы все равно путались бы без конца и края. Но мы с вами знаем, что ориентиры они нам дают просто ложные, по которым нельзя прийти к желаемой цели. В этом и есть их игра.

Знаете, что меня не перестаёт удивлять? Это то, что в СССР иногда, я подчеркиваю, иногда говорили в принципе грамотные вещи, но они преподносили их настолько уродливо, что люди просто отказывались в это верить и даже слушать. Ведь об этом, что я сейчас вам говорю, говорят национальные элиты во Франции, Китае, Германии и говорили в СССР. Я никоим образом не могу судить о жизни в СССР в том объеме, как поколение наших родителей, поэтому не могу ни осуждать его и ни оправдывать. За меня это сделают более опытные коллеги.

Но одно я могу сказать смело: СССР очень юродливо говорил даже самые простые вещи, которые сейчас можно даже ребенку на пальцах объяснить, и он поймет. Посмотрите передачу «Театральные встречи» за 1977 год, где Аркадий Райкин говорит об обычной цензуре в Англии. Ему запрещают ставить миниатюры и вырезают фразы о коррупции. Уверен, многие советские люди даже слушать не хотели и не могли поверить, что такое может быть в самой «демократичной» Англии, а не в СССР.

Коль мы заговорили о прошлом, то я хотел бы сказать своё скромное мнение насчет «СССР 2.0». У меня есть твердое убеждение, что никакой СССР не нужно восстанавливать и реанимировать. Не нужно хлыстать мертвую лошадь и заставлять её везти всадника дальше. Если конкуренты смогли потопить такую державу, то значит, она была с огромными дефектами

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

в конструкции. Насколько мне известно, Корея и Китай сейчас занимаются изучением того, какими методами Запад смог утопить СССР. Может нужно будет попросить их материалы и пытаться строить новый корабль, учитывая прошлые поражения? Главное понять точно, где система стала давать сбой, и как этого можно было избежать. Вот что мне нравится в корпорациях, так это их военная выучка. Все доведено до уровня рефлексов. Как только есть сомнения в бойце, то от него тут же избавляются. Никаких сантиментов. Одна крыса может за несколько лет прогрызть серьёзную дыру, и поэтому её давят при первом появлении.

В конце этого примера я хотел бы сказать, что аз специально подбираю легкий стиль письма. Эдакая форма диалога с вами. В своих примерах всегда стараюсь максимально упростить вещи и показать, что в них нет ничего сложного. Если вам пытаются сказать, что есть такие вещи, которые лично вы не поймете, то не верьте. Можно любую вещь объяснить, и все будет понятно. Когда я разговариваю с грамотным инженером, и он мне на трех пальцах объяснит принцип работы счётчика Гейгера, я понимаю, что нет ничего сложного. Главное, захотеть объяснить и захотеть понять.

Какую песню теперь ставим? У меня на часах 2:40 ночи, поэтому нужно будет поставить что-то спокойное, например, Иван Купала «Росы».

Пример двадцать третий. «Эмпирические данные об эластичности и использование дифференциального исчисления для принятия решения. А также вычисление и интерпретация коэффициентов регрессии», - из книги коллективного западного автора для управленцев.

Мой перевод на русский язык: «Вы с ходу можете сказать, что такое «эмпирические данные об эластичности»? Нет? Ой, как не хорошо. Может, вы вообще не должны заниматься бизнесом? Может, вы недостаточно образованы и умны? Поэтому только угробите любой бизнес. Призываем вас, одумайтесь, пока не поздно!»

А если говорить откровенно, то вас опять загоняют в психологический тупик, чтобы вы почувствовали себя неучем и ни к чему не способным. Та книга, из которой я взял эти заголовки, написана именно таким языком, и по утверждению авторов, она является «классикой» для управленцев. В данном случае у вас должно появиться чувство вины, что вы недостаточно умны и образованны.

Следите за пальцами, потому что тут идет очень тонкая психологическая игра. От не понимания прочитанного у вас обязательно должен развиваться комплекс, что вот на Западе все управленцы знают такие «элементарные» вещи, а я нет. А все потому, что наши ни к чему не способные учителя не учат в школах ничему, кроме зубрёжки формул и прочей белиберды, которая мне в жизни не понадобится. А вообще виновата вся эта страна, в которой я живу, потому что в ней все тупые и не знают ничего. Вот на Западе все люди в уме могут вычислять квадратные корни и понимают, что такое «эластичность экспорта». И именно поэтому надо учиться по американским книгам, а не по нашим, отечественным.

Вы видите, как одно непонимание фразы может потянуть цепочку негативных эмоций и привести к тому заключению, которого от вас и ожидают. Вас только что опять разыграли, как

колоду карт. Вы же знаете, что на Западе очень умные психологи, и они недаром свой хлеб кушают.

Вот скажите, лично вы, читая мою книгу, понимаете, о чем идет речь? Вы понимаете те вещи, о которых я говорю? Уверен, что вам понятно практически все написанное в моей книге. Сейчас не суть важно, согласны вы с этим или нет, но вы в принципе понимаете то, о чем я говорю. Просто я очень хочу, чтобы вы меня поняли, а им нужно, чтобы вы запутались и пошли не в ту сторону. Поверьте, я отлично умею говорить на академическом языке, составляя сложноподчинённые предложения с деепричастными оборотами. Однако я изо всех сил стараюсь их избегать, переписывая и упрощая предложения. И всё для того, чтобы читатель смог меня понять без словаря.

Давайте говорить честно. Вы же прекрасно знаете, что абсолютное большинство руководителей, менеджеров, директоров, управленцев в России не является членами Академии наук? Теперь я вам по секрету скажу, что то же самое на Западе. Физики-ядерщики или молекулярные биологи крайне редко могут стать топ-менеджером корпорации. А если быть честным, то практически никогда.

На Западе никто, я повторяю, никто и никогда не говорит на таком языке с руководителями хоть низшего, хоть среднего, хоть высшего звена. Для того чтобы вычислять двойные интегралы, у них есть отличные математики, которым ставится задача, и они её должны решить. Топ-менеджмент не умеет и не должен этого уметь, у них другие задачи. Когда приходят специалисты с готовыми решениями и показывают свои презентации с данными, то они все свои знания переводят на человеческий язык, в противном случае их никто не поймет. Специализированная литература помечается отдельно, и на ней не стоит пометка «бестселлер». Книги для научной среды не нуждаются в рекламе и ярких названиях. Все прекрасно знают нужных авторов и знают, где она продается.

Но вот вам, в России, нужно вдолбить, что вы ни на что не способны. Что ваше образование ничтожное, что вы живете в самой уродливой стране и должны проклинать всех и вся. А казалось бы, причем тут непонимание одной фразы? Вы с легкостью можете найти эту книгу в интернете и попробовать её прочитать. Уверяю вас, что вы не осилите и трех страниц за раз, потому что в ней идет перебор всевозможных формул, графиков и алгоритмов.

Но и это ещё не все. Наши западные партнеры сильно хотят, чтобы у нас осталось ощущение «незаконченности». Психологи знают, что любое незаконченное действие или фраза влияет на человека куда сильнее, чем законченная. Вспомните, что вам ваша жена начала что-то говорить, но оборвала свой рассказ. Вас жутко бесит, что она не договорила. Правильно? И вы будете очень долго помнить этот случай, потому что он «не окончен», и вы не выяснили, что же там было в конце. Это действительно очень сильно раздражает нашу психику, и мы прямо бесимся, даже если мы что-то не до конца узнали.

В данном случае применяется такой же принцип. Вы начали читать книгу, в которой написано, что это «классика». Вы понимаете, что это просто нужно знать. Вам так внушили. Вы садитесь её читать, но ничегошеньки не понимаете. Злитесь на себя, пытаетесь узнать значения терминов, вспомнить математические формулы и снова садитесь. И окончательно

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

запутываетесь в написанном. Вы откладываете эту книгу, но в голове у вас уже засел тот самый «гвоздь», который не даст вам покоя. Это задевает ваше самолюбие, вы же не глупее западных коллег? Процесс запущен.

Вы начинаете ещё больше читать именно американских книг и ... правильно, вы начинаете закапываться во всем том мусоре, который вам завозят. Мы аккуратненько складываем на полках у себя дома весь этот хлам и в свободное время проблем на вкус. И так до бесконечности.

Мы как бы подсели на их иглу лже-знаний. Если мы теперь вспомним, что книги содержат очень противоречивую информацию, то мы кочуем из книги в книгу, тратя своё бесценное жизненное время, не говоря уже о конкурентной борьбе.

Один из руководителей корпорации, разговаривая с одним математиком–аналитиком, после десятиминутной речи этого специалиста сказал ему: «А теперь скажи все то же самое, только на человеческом языке». Дело в том, что специалисты часто забываются, что они разговаривают не с коллегами-учеными, а с обычными людьми, «директорами, управленцами и другими сотрудниками, поэтому расслабляются и начинают говорить на своем языке. Их просто нужно время от времени одергивать, чтобы они снова заговорили по-человечески.

Объясните так, чтобы вас понял даже ребенок. Тогда вас точно поймет руководитель корпорации.

Давайте включим песню «Дух воина», которую отлично начитал D-man 55 и, зарядившись этим духом, перейдём к следующему примеру.

Пример двадцать четвёртый. «В России настолько низкий уровень бизнес-образования, что сложно найти управленца, которому можно доверить компанию», - говорит в одном из своих интервью «истинный специалист» по России, который имеет гражданство далекой страны.

Мой перевод на русский язык. Задайте себе вопрос: «Почему этот человек, который имеет гражданство совсем другой страны и не имеет к вам никакого отношения, так сильно переживает за Россию, русских, татар, башкир, коряков и другие народы? Почему ему изо всех сил хочется сделать Россию могучей и процветающей страной? Что ему не дает спать спокойно у себя в стране, что он даже приезжает в чуждую ему Россию и учит лично вас жить? При этом он не забывает напомнить вам, что вы необразованный неандерталец».

Это все равно, что вы сидите дома, а тут к вам заходит человек с улицы и в лоб вам говорит, что вам нельзя даже доверить ремонт в квартире, не говоря о том, чтобы вы владели такой квартирой.

Давайте рассмотрим другой пример. Вы учились в классе со многими людьми, после школы все разъехались по разным городам и даже странам. Вот вы женились, и у вас есть дети. Живете себе, трудитесь на себя и никого не трогаете. Вдруг появляется бывший ваш одноклассник и начинает вдалбливать вам, что вы вообще не на той женились. Вы вообще не должны были рожать детей и уж тем более создавать свой бизнес. Что вы скажете своему бывшему

однокласснику? Уверен, что скажете: «Катись-ка ты по добру, по здорову». И продолжите жить своей жизнью, не забывая поговорку: «Гость остаётся гостем, пока в доме есть хозяин».

Так. А теперь спросите себя, почему вы слушаете тех, кто уверяет вас, что вы неуч? Вы действительно думаете, что они так сильно за вас переживают, что прямо жить спокойно не могут, пока не сделают вашу жизнь ещё счастливее? Ну, задайтесь таким вопросом. Что нужно человеку от вас, когда он говорит вам, что вы не способны управлять своим бизнесом у себя же дома? Разумеется, ему нужно, чтобы вы передали управление в его руки. А уж он обязательно позаботится, чтобы ваш бизнес процветал, но уже без вас. Он просто выдавит вас из вашего бизнеса при любой возможности. Помните, что никто и никогда не будет делать вашу жизнь счастливее, кроме вас самих. Если кто-то очень сильно хочет помочь вам своими действиями, при этом внушая вам комплекс неполноценности, то быть беде. Если вашу жену хотят подвозить с работы до дома, то не утешайте себя, что мужчина делает это из чисто праздного интереса.

Если вам постоянно говорят, что вы никчемный человечешка, но именно он знает, как сделать вашу жизнь счастливее, то стоит держать ухо востро.

Давайте вернемся в начало девяностых годов и вспомним нашу школу. Вы помните, как у вас после «развала» стали появляться первые компьютеры? Помните те первые лингафонные кабинеты, которые оснащались магнитофонами, наушниками, кассетами по изучению английского языка. И все эти блага цивилизации к нам пришли из Запада. Это все было куплено на деньги различных фондов и общественных организаций. И мы были настолько рады, что теперь и наша школа стала «продвинутой». Нам подсоединили интернет, и пределу нашего счастья не было ни конца, ни края. А главное, что мы верили, что западные меценаты очень сильно хотели нас обучать компьютеру и английскому. И мы учились.

Результат прорезался не сразу. Сначала мы сдавали тесты TOEFL, а уж только потом нас стали отбирать по тем или иным способностям. Многие светлые головы, изучив английский язык, стали отправлять свои труды американским коллегам на рассмотрение. Мол, смотрите, я вот тут придумал такой простенький «роторно-лопастной двигатель», который можно применять даже в области оборонной промышленности. Архивирует файл, и свои разработки с чертежами отправляет по электронной почте в один из штатовских университетов.

А теперь давайте поднимемся над страной и посмотрим на это дело в глобальных масштабах, с точки зрения «спонсоров» этого всего банкета.

Мы, западные корпорации, закупили несколько десятков тысяч компьютеров и расставили их в самых лучших школах, университетах и учреждениях по всей территории бывшего Советского Союза. Даже на свои деньги провели им интернет. Зачем мы все это делаем? Ну, вы вообще что ли разучились думать? Вы хоть раз рыбу ловили? Знаете, как рыбаки расставляют сети, уезжают на денек-другой, а потом приезжают собирать рыбу?

Так и мы. Мы подарили им компьютеры, подключили к нашей сети интернет и стали ждать, когда люди начнут нам присылать все свои лучшие разработки, которые стоят миллиарды. Мы же вообще ничего им не обещали, когда они нам присылали свои разработки? Нет, конечно.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Светлые головы на всем постсоветском пространстве остались нищими, и у них можно было за одну тысячу долларов купить разработку или технологию, которая стоит миллионы или миллиарды. Одни только улучшения по добыче нефти, сколько миллиардов нам принесут. Ну и что, что бедный ученый из Таджикистана не достал денег на патент, и мы просто украли его разработку. Как он теперь вообще кому-то докажет, что именно он ее придумал, а не у нас слизал? Знаете, все эти патенты дело насколько хрупкое, да и потом, с кем он будет судиться? С электронным адресом в Штатах? Он сам послал нам абсолютно все детали и поэтому пусть сам винит себя. А мы ничего вообще не получали. Даём честное слово.

Вообще нам за все время прислали тысячи уникальных разработок. Поэтому мы сможем теперь на их основе делать не только лучшие автомобили, мотоциклы, бытовую технику, лазерные установки, медицинское оборудование, но и ракеты. Ведь разработки по ракетостроению нам тоже присылали голодные ученые из России. Вы бы только знали, сколько мы тогда насобирали за бесценок уникальных разработок. Они же не могут ценить своих инженеров и учителей, вот они нам все за бесценок и продают. Нам остается только подкидывать им немного денег, чтобы они с голоду не умерли.

Спускаемся обратно к нам в города. Теперь вы, читающий этот текст, понимаете, для чего делаются такие подарки? Бойтесь, бойтесь данайцев, дары приносящих.

Им было важно, чтобы мы выучили английский язык и отослали на нужный адрес все свои знания. Для этого они закупали компьютеры и подключали нас к сети интернет. Без интернета все это было бы пустышкой для них. Никаких разработок они бы не получили, а так... все приходило к ним в руки само, упаковано и перевязано подарочной ленточкой.

Это сложно представить, какое преимущество они получили после «развала». Но и это еще не все. Самые талантливые получали ответы и приглашались уже работать в открытые и закрытые учреждения в США. Они теперь там, в США, Англии, Франции, Германии и других странах продвигают науку и делятся своими знаниями. А что получают Россия, Казахстан, Армения и другие страны? Только те единицы светлых голов, которые по тем или иным причинам не уехали.

И до сих пор в наших странах катастрофически не хватает людей, кто владеет реальными знаниями, а не тем суррогатом, который они учат в американских книжках «для отсталых стран». Ведь тем самым они всеми силами не хотят, чтобы в вашей стране восстановились знания.

Получается замкнутый круг. Образование в России разрушают любыми методами и тут же говорят, что образования в России нет. А, следовательно, все те, кто в России живет и учится – они ничтожные людишки, которые ни на что не способны. Вывод какой? А вывод такой: коли мы, русские, не способны даже учиться, а уж тем более управлять, то нужно все наши природные ресурсы, заводы, фабрики и даже детей надо передать в чужие «эффективные» руки. А уж они-то найдут, как распорядиться имуществом. Я надеюсь, что вы еще не забыли, что России отведен статус Африки? Нет? Ну, тогда все в порядке.

Кстати, тут вместо России можно подставить другие страны: Узбекистан, Таджикистан, Казахстан, Армению и другие страны. Там все делается то же самое, прямо под копирку. Молодцы, грамотно работают. Как говорят некоторые сотрудники спецслужб «методично», и нам нужно учиться у них. Иногда не помешает знать все эти уловки.

Пример двадцать пятый. «Производство – это создание разных видов экономического продукта. Например: тапочки, куклы, фоторамки и т.д.», - пишет сайт предпринимателей в России.

Мой перевод на русский язык: «Нет, производство – это не только тапочки и фоторамки. Просто представление людей о производстве уже настолько оскудело, что они даже уже не думают о том, что можно приводить в пример производство электроники, сантехники, гидравлики и прочей живности, которая обитает в других «цивилизованных» странах».

Этот пример является очень точным отражением предыдущего. Когда людям изо всех сил стараются внушить, что кроме тапочек и веников они ни на что не способны. Если ваш ребенок растет только с телевизором, по которому с утра и до ночи идут отупляющие передачи, то вы не можете рассчитывать на то, что он вырастет инженером-конструктором. Само по себе ничто не растёт.

Растёт количество сайтов в интернете, которые пишут различного рода информацию, даже не стараясь осмысливать то, о чем пишут. Как правило, все эти сайты рассчитаны как раз для того, чтобы повесить на них контекстную рекламу и пару баннеров от «партнерки» и получать «пассивный доход». У каждого сайта есть владелец, и у этого владельца есть голова. Вот в этих самых головах, кроме «пассивного» дохода и кнопки «бэбло», нет ничего. Но если у нас появляется вопрос, так куда мы все идем, чтобы собрать информацию? Правильно, в интернет. Смотрим первую десятку выдачи поисковиков по запросу «вложение денег» и видим нерадостную картину. Даже перелистав первую сотню выдачи, мы так и не найдем слово «вложение денег в промышленность», потому что это не выгодно. Не выгодно нашим стратегическим конкурентам. Не выгодно всем тем буйволам, кто очень не хочет рождение львят. А уж тем более, чтобы они выросли и начали на них охотиться.

Россия никогда не имела колоний, как другие страны Запада. Сейчас Англия, США, Франция и их друзья имеют огромное количество стран-колоний, которые вкалывают на их благосостояние. Я сейчас не хочу разбирать, у какой страны больше рабов по всему миру. Есть много писателей, кто описывает эти процессы досконально. Например, «Битва империй. Англия против России» Сергея Прохорова. Я хочу сказать лишь то, что мы не умеем захватывать другие страны. Мы не учились поработать и уничтожать другие народы, но мы разучились даже защищать то, что имеем.

А самое страшное, что мы разучились думать своей головой.

В заключение этой главы я хочу сказать, что людей на всем постсоветском пространстве очень грамотно погрузили в хаос, состоящий из маленькой и большой лжи. Им не дают очнуться ни на минуту. Самый проверенный способ людей увести от правды - это дать им выбирать между одним видом лжи и другим. У человека появляется мнимое ощущение выбора и свободы, и он

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

не осознаёт, что он выбирает между ложью номер один и ложью номер два. Истина – это заветный ключ к успеху. Она должна остаться только у тех, кто имеет власть. На эту тему очень хорошо сказал Аддисон Джозеф: «Знание — это то, что наиболее существенным образом возвышает одного человека над другим».

Представьте, что у вас есть ключ, который отпирает все двери. Вы захотите отдать этот ключ своему конкуренту? Нет? А захотите, чтобы он сделал копию вашего ключа? Тоже нет? Вот так и наши партнеры. Они сделают все, чтобы знания-ключи, которыми они обладают, не попали в другие страны.

Западные компании очень тонко работают по разрушению всего разумного в странах-конкурентах и со всем рвением стараются предотвратить появление хоть осколка успеха. Люди совсем перестали понимать, где - правда, а где ложь, они запутались во всех этих терминах, обозначениях и фразах. Они продолжают читать книги, но они не понимают, почему они ничего не понимают (извините за тавтологию), и почему все эти «успешные» методы не работают у них. Они не могут понять, что эти способы из книг как раз и не должны работать. Их цель – увести ваше внимание в другую сторону, чтобы вы никогда не стали их конкурентом. Не поленитесь и прочтите книгу доктора экономических наук Валентина Катасонова «Мировая кабала». Автор освещает стороны мировой финансовой системы, которая неизбежно влияет на все остальные сферы нашей жизни.

И последнее. Самое опасное во всем этом то, что они очень умно берут правду и замешивают её на огромном количестве лжи. В каждой книге есть пять процентов правильных высказываний, которые замешаны на девяноста пяти процентах лжи. То же самое сказал и Роллан Ромен: «Мир питается крупными истинами и большим количеством лжи».

Неподготовленному человеку крайне сложно осознать, как он попадает в психологическую ловушку, и очень сложно из нее выпутаться. Отличное знание психологии – это конек корпораций. Они с утра до ночи изучают социальную инженерию, психологию поведения, влияние языка на сознание человека и многое другое.

Глава шестнадцатая

Космополит – нуль, хуже нуля.

Иван Сергеевич Тургенев

Одна из самых интересных тем, как разные страны мира работают с корпорациями. В самом начале мы говорили о том, что корпорациям страстно хочется стереть все особенности разных стран, но пока многие из них живут и здравствуют. В этой главе я постараюсь привести некоторые особенности разных стран. Уверен, что в повседневной работе вам пригодится эта информация, хотя я не претендую на истину в последней инстанции.

Русские. Я начну с нас, с русских. Важно знать о том, какими видят свой народ люди, которые по каким-то причинам работают за пределами своей Родины. Что сразу бросается в глаза – это открытость. Мы говорим открыто то, что западные партнёры никогда не говорят того, что думают. Русские всегда радуются, когда хорошо, и огорчаются, если что-то идёт не по плану.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Мы часто открыто говорим собеседнику о том, если что-то не поняли или упустили. Также не любим плакаться и жаловаться, что является причиной недопонимания. Давайте рассмотрим один такой пример. Представитель в России не может, как прежде, делать крупные заказы, как это было ещё полгода назад. Никаких обоснований не слышно с его стороны. Только при личной встрече владелец рассказывает, что один из членов семьи заболел, и теперь он много времени проводит не за работой, а в больнице. Сколько времени ещё будет нужно для стабилизации прежнего уровня, неизвестно. Но западных партнёров это раздражает, что их держат в неведении. Для американцев вы можете хоть умереть, главное, предупредите их, чтобы они нашли вам замену, и уровень доходов не падал. Остальное им не важно. После недолгого ожидания, это дистрибьютор был выведен из списка «официальных», так как его бизнес не приносил нужных показателей.

Русские, глазами западных коллег.

Надо заметить сразу, что Запад тоже очень большой, и в каждой стране своё устоявшееся мнение о русских. Чем образованней человек, тем больше он может понимать человека на другом конце земли. Нельзя обойти тот факт, что травля русских в западных СМИ идёт нескончаемым потоком, и те люди, которые читают новости «для всех», те просто пронизаны ненавистью ко всем русским только по той простой причине, что Россия - самая большая страна в мире, и русские «нахально» занимают такие просторы. Удивляет то, что даже самые не политизированные люди с завистью констатируют тот факт, что в России столько природных ресурсов, которые почему-то только принадлежат русским. По их мнению, это несправедливо, и это надо исправить. Например, тем, что распилить Россию на несколько частей, и часть отдать США, часть Европе, а часть Китаю.

А, в общем, многие люди понимают, что русские очень умные, начитанные и талантливые. В пример приводятся как писатели, так и композиторы, как ученые, так и спортсмены. Поэтому в обычной работе с клиентами из России у них не возникает разногласий.

Знаете, обычные люди на Западе уважают русских и в тоже время побаиваются. То есть, они не могут себе позволить с русскими то, что можно с некоторыми другими национальностями. Всё равно часто у них проявляется осторожность по отношению к нам. Это видно как на работе, так и в повседневной жизни.

Как себя ведут политики и корпорации по отношению к России, я уже много раз описывал выше.

Китайцы. Интересный и приятный в общении народ. Им крайне тяжело даётся английский, но они стараются, как могут. Частенько перестаешь вообще понимать, что они говорят, потому что говорят они с сильным акцентом. Отношение на Западе к ним такое же, как и к нам, очень сдержанное. Но только в случае с китайцами они их недолюбливают, потому что все подделки идут из Китая, и весь мир засыпан дешевыми и низкокачественными товарами. Но так как Китай сейчас набрал мощные обороты, то с ними нельзя не считаться, и западным коллегам приходится под них подстраиваться. Китайцы очень любознательны и стараются узнать всё обо всём и всегда. Сами понимаете, что у них конкуренция на рынке труда в сотни раз выше, чем в любой другой стране, и поэтому они стараются выжать по максимуму из любой поездки или

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

общения. Чтобы встать на ступеньку выше по знаниям, чем их коллеги. Многие очень сильно недооценивают Китай и его возможности. В общем, китайцы очень трудолюбивый народ.

Индийцы. Индийцы живут в Индии. И живут своими понятиями в своем маленьком мире, который отличается от азиатского или русского. Это касается практически всего, с чем вы соприкасаетесь. Очень часто возникают недопонимания и разногласия, но что самое интересное, что никто на них не обижается, равно как и они на вас. Ну, подумаешь, что они обещали прилететь на встречу, а потом просто пропали. Ведь это же мелочи. И совсем не важно, что вы ждали их 2 дня в отеле и набирали их номер каждый час, чтобы узнать об их местоположении. Они через неделю позвонят вам и скажут, что у них просто настроения не было лететь, да и вообще дождь был в тот день. Я, конечно, утрирую, но смысл примерно такой. С ними реально не соскучишься, чего бы это ни касалось. Дело в том, что они видят этот мир совсем другими глазами и мыслят совсем другими категориями. Это самый своеобразный народ в бизнесе, который я когда-либо видел. Аз проработал с ними много лет и поэтому не понаслышке знаю их.

Французы. Деловые и амбициозные. Всегда знают, что им надо, когда и в каком количестве. Если вы знаете хоть один иностранный язык, то это непременно должен быть французский, а не английский. Вообще взаимная «любовь» между англичанами, американцами и французами живёт до сих пор. Она даже усилилась в 1965 году, когда Шарль де Голль отправил все американские фантики (доллары) обратно в США и потребовал обеспечить их золотом. С тех пор истинным французам и американцам есть о чем поговорить.

Французы по телефону говорят мало, но по делу. Электронная почта только в экстренных случаях, но если этот случай настанет, то вы получите в один день весь годовой запас сообщений. Часто ловишь себя на мысли, что легче выучить китайский, чем понять разгневанного клиента из Франции. А, в общем, французы отличные партнёры и собеседники.

Африка. Я знаю, что в Африке тоже есть сотовые телефоны, но больше, к сожалению, ничего не могу сказать. Если вам пишут или звонят с Африки по делу, то это европейцы, которые подмяли под себя все природные ресурсы этого континента и ведут бизнес там. Апартеид никуда не делся, а живёт и благоухает, так как обильно поливается очень многими заинтересованными странами. Поэтому местный народ только на чёрных работах, и получить какое-либо представление об их стиле работы в бизнесе очень сложно.

Американцы. Нет, они не тупые, как любит пошутить Задорнов. Если бы они были тупыми, то их корпорации не смогли бы подмять под себя практически весь мир.

Вначале я хотел написать, что люди в России и во многих других странах стали очень похожими на американцев и поэтому, чтобы увидеть американца, нужно посмотреться в зеркало. Но затем я осознал, что это не отражает реальной картины. Реальность такова, что многие очень сильно хотят быть на них похожими, но в действительности, это выглядит совсем иначе.

Все видели, как дети лет пяти надевают мамини туфли, красят губы помадой и надевают бусы, пытаясь подражать взрослым? Понятно, что кроме смеха, это не может вызывать другой

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

реакции, однако в случае со взрослыми людьми, это вызывает уже обратный эффект. Дети вырастут и поймут, что они в жизни не надели бы мамины туфли, не накрашили бы губы такой помадой, и вообще не будут носить бусы. Однако взрослые люди всерьез думают, что они выглядят как «истинные» американские бизнесмены. Получается, что в мыслях они самые натуральные американцы, а в реальности - жалкая пародия. Они выглядят примерно так же, как плохой клоун, который, кривляясь, пытается изобразить какого-то персонажа. У зрителей этот клоун не вызывает никаких эмоций, кроме отвращения. Хотя сам клоун думает, что он очень смешон, и всем нравятся его выступления, но зрители почему-то расходятся. Чтобы лучше понять то, о чём я говорю, прочитайте книгу Айрата Димиева «Классная Америка». Вы уже с первых страниц поймёте, что понятия не имеете о том, кто такие американцы.

Если говорить о бизнесе, то американцы – это превосходные актеры. Они отлично умеют делать доклады, выступления, презентации и со всей ответственностью относятся к своей работе. Никогда не говорят того, что думают на самом деле. С таким талантом можно прямо из корпорации идти на съёмки в Голливуд. Разница между корпоративной ролью и ролью в кино заключается в том, что в кино на вас направлены свет прожекторов и студийные камеры, а в корпоративной роли только офисный свет и камеры слежения.

Перед переговорами американцы любят поговорить на разные легкие темы: перелеты, аэропорты, погода, о водителе в такси, смешную историю рассказать и прочие мелочи. Неподготовленные собеседники думают, что переговоры и дальше будут проходить в таком же расслабленном ключе. Однако когда речь заходит о деле, то щелкает тумблер в их голове, и перед вами сидят другие люди. Они вошли в другую роль. Роль, где нет места сантиментам и улыбкам. Это все было пять минут назад. Бизнес для американцев – это жесткий бой и частенько с кровью и переломами. И совсем не факт, что кровь и переломы будут не у вашей компании.

Латиноамериканцы. Очень открытый и улыбчивый народ, но когда доходит до бизнеса, то иногда придётся удивиться. Разногласия могут возникать там, где, казалось бы, их не может быть вообще. Мне кажется, что они настолько довольны всем, что их бизнес не интересует как таковой. И зачастую абсолютно не важно, что вы ждёте целый самолет с товаром. Сегодня же солнце светит ещё ярче, чем вчера, как можно думать о работе? Перед тем, как заключать сделку с ними, посмотрите, какая будет погода в Буэнос-Айресе. Если будет жарко, и вода теплая, то сделку вам предложат заключить в трусах и с коктейлем в руках.

Не все латиноамериканцы пока знают, что приватизацию водных ресурсов планеты будут начинать именно с Латинской Америки. Одна корпорация называет воду «новым золотом», и поэтому регулировать население всей планеты станет гораздо легче, когда вся вода будет в руках нескольких людей. Во многих странах питьевая вода уже стоит порядка 20 долларов за литр, но это ведь смехотворно дешево. Если с деньгами, едой и нефтью всё получилось, то почему с водой не получится?

Если вы не знаете, как найти контакт с партнёрами из стран Латинской Америки, то начните с футбола. Они могут говорить о нём днями и ночами: в самолете и такси, в ресторане и дома, в кровати и на пляже. Поэтому футбол - это самый беспроблемный вариант. Очень редко когда

напрягаются даже во время переговоров и стараются прийти к единому мнению, а не продавливать только свою позицию.

Англичане. Они знают, что практически весь мир является их колонией. Всем видом они дают знать, что «круче» Англии на этой планете – только Великая Британия. Это чувствуется везде и во всем, чего бы вы не коснулись. Деловые люди с опытом знают, что Англия – это святыня всех мировых процессов, поэтому англичанам позволено всё и всегда. Ваше дело строить туалеты и разводить пивоварню, а нефть, газ, золото, алмазы и ростовщичество – это их монополия, и вам там не будут рады.

Знаете, как они пришли к тому, чтобы поставить на колени большую часть стран мира? Давайте вернёмся в детство, где практически в каждом дворе есть свои «крутые» парни. Представьте, что вы очень маленький, и вас постоянно обижает один мальчик, покрупнее и постарше вас. Ему просто некуда девать свою энергию, и поэтому он вымещает её на вас. Вы, поразмыслив, идёте в соседний двор и предлагаете тамошнему «крутому» парню померяться силами с тем, кто лично вас обижает. То есть, вы их просто стравливаете между собой. Вы понимаете, что если старшие парни будут постоянно драться между собой, то более слабых они просто перестанут трогать. И вы не прогадали. Так и получилось, что старшие начали регулярно драться между собой, а про вас и забыли вовсе. А если теперь мы вспомним знаменитую фразу американца Гарри Трумэна, который сказал: "Если будут побеждать русские, мы должны помогать немцам, а если немцы – то помогать надо русским. И пусть они убивают друг друга как можно больше". Эти слова были произнесены во время второй мировой войны, в которой погибло около 30 миллионов человек со стороны СССР.

Англия ещё много веков назад поняла, что самой воевать против России, Франции или Германии – очень опасно. Но вот если их постоянно стравливать между собой, то они будут постоянно слабыми, а сами англичане будут стоять в стороне и наблюдать за происходящим, развивая свою промышленность, армию, флот, экономику, не забывая подбрасывать денег на вражду между «крупными» странами

А теперь мы подходим к самому интересному. Вот вы не любите драться, но постоянно есть риск того, что крупные парни перестанут драться между собой и все-таки опять начнут доставать вас? Что можно сделать? Можно попробовать опять их стравить, но если не получится? Тогда есть риск получить по полной. Англичане нашли изящный выход. Они начали «вскармливать» и обучать драке ещё одного крупного парня, который будет за них вступаться. Этот «крутой парень» носит имя «Соединённые Штаты Америки».

Даже если Германия, Франция, Россия, Китай и другие страны не захотят воевать между собой и хоть что-то попробуют «предъявить» Англии за прошлые обиды, то англичане сразу позовут на помощь США. Вот такая вот получается «Санта Барбара» на уровне геополитики, которая походит на разборки между драчунами на школьном дворе.

Если говорить простым языком, то США это цепной пес Англии. На кого англичане натравят своего пса, с тем он будет воевать. Даже если США себя измотает в схватке с Китаем, Германией или Россией, то сама Англия опять останется в стороне, и будет параллельно вскармливать другого пса. Однако они берегут своего пса и не стравливают его с другими до

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

поры до времени. Поэтому США также стоит в сторонке и старается не ввязываться в войны, а лишь только помогает дерущимся деньгами и оружием. Так просто выгодней. Когда вы говорите США, то подразумеваете Англию. Когда вы говорите про Англию, то подразумеваете США. Эти две страны составляют единое целое, которое очень крепко держит в руках весь мир.

Пока большие страны дерутся между собой, англичане захватывают другие государства и континенты. Знаете, Англия напоминает мне невысокого джентльмена с цилиндром на голове, который окружен отборной охраной. Он решает проблемы, шевеля своими мозгами, а не мускулами. Он научился играть на нервах, чувствах и амбициях людей, поэтому изящно умеет вести переговоры, как с врагами, так и с союзниками. Он отлично умеет скрывать от людей свои эмоции, но хорошо умеет читать чужие. У него нет друзей, потому что у него есть только интересы. Он не виден в толпе, потому что не желает быть замеченным. Он говорит тихо, но его слушают все присутствующие.

Пойду, достану свой цилиндр, чтобы одеть его и сразу же снять перед англичанами. Отличная игра, отличная тактика.

Восточная Европа. Американские и европейские коллеги убеждены, что облика у восточной Европы нет как такового. Какая-то страна больше похожа на русских, какая-то на немцев, а кто-то вообще растворился в небытие. Обороты там маленькие, и поэтому ни одна из корпораций сильно не концентрируется на них. Никто не будет под них подстраиваться и что-то планировать. Рынок небольшой, и нельзя выделить какую-то особенность, о которой можно рассказывать без усталости. Всё тихо и мирно. Для нас есть огромная разница между Болгарией и Венгрией, или Польшей и Эстонией, мы видим в них огромную разницу, но для американцев и англичан они все примерно в одной весовой категории по многим параметрам.

Австралийцы. Это очень далеко географически, но ментально очень близко к Англии. Поэтому можно смело сказать, что это «далекая Англия», но без всех вышперечисленных атрибутов. Мы не забываем, что Австралия – это английская колония.

Юго-Восточная Азия. Народы этого региона можно охарактеризовать так: очень дружелюбные, вежливые и крайне гостеприимные. Работать с ними одно удовольствие. Люди очень открытые по своей натуре, даже несмотря на те вещи, которые Запад с ними делал ещё несколько десятилетий назад.

Такие страны, как Вьетнам, Лаос и Камбоджа до сих пор помнят, как французские и англо-американские колонизаторы отрезали головы местным жителям за то, что они сомневались в идеологии Запада. Как говорят сами вьетнамцы, смерть от напалма была зачастую подарком, по сравнению с пытками колонизаторов. Кстати, очень многие до сих пор ошибочно думают, что США применило напалм первый раз во Вьетнаме. Это неверно. Протестировали англо-американцы напалмовые бомбы на мирных жителях немецкого города Дрезден в 1945 году, и поэтому вьетнамцев выжигали уже демократизированным напалмом.

Уже по понятным вам причинам народы Азии с осторожностью контактируют с представителями Запада, стараясь избегать лишних встреч. В повседневной работе держат

связь в основном по электронной почте. Не часто звонят по телефону и крайне редко изъявляют желание встречаться с западным менеджментом.

Немцы. Очень профессиональны. Случается, что они из-за формы упускают из вида содержание, но это не мешает вести дела и общаться на любые темы. Единственное, что бросается в глаза, - «американизированность», которая проявляется практически во всем, начиная от языка, заканчивая методами ведения переговоров. Очень любят вставлять американские термины в разговор, которые вводят в заблуждение собеседников. Однако на ужине «без галстуков» все становится на свои места, и все недопонимания уходят бесследно.

У этой американизированности есть своя причина. Абсолютно все крупные компании Германии принадлежат напрямую Англии и США. Страна выступает в роли дойной коровы, которую нельзя было убивать после второй мировой, потому что во время подготовки к войнам у немцев накопилось очень много хороших разработок в тяжелой промышленности. В Германии была очень хорошая школа естественных наук, и поэтому там до сих пор отличные химики, физики и биологи. Они просто работают не на отечественную промышленность, а на другие страны, которые там называют «Hauptalliierte» (читаем книги «Немецкая карта» и «Гитлер, Inc. Как Британия и США создавали Третий рейх»). Собственно именно по этой причине Германии позволили остаться в живых и даже пожить нормально. Кстати, об этом сегодня открыто говорит министр финансов Германии Вольфганг Шойбле, а подтверждает его слова книга Ричарда Сэсюли «IG FARBEN»

Если корова приносит молоко, то её нужно и кормить, и поить, и тогда можно подоить. А иначе молока не будет. Специалистов становится всё меньше и меньше, потому что немцев становится меньше, и передавать опыт просто некому. Не будут же они передавать свой опыт гастарбайтерам.

Страны персидского залива. Богатая культура и традиции, которые разительно отличаются от европейских, но, тем не менее, с ними очень приятно работать. Хотя свои тонкости тоже нужно знать. Ну, например, иногда отказываются вести диалог с женщиной, требуют только мужчин. Неоднозначно посмотрят на вас, если вы даёте им свою визитку, которую (по-американски) достали из джинсов. Сидеть на переговорах, задрав ботинки, у них не принято, а значит, не будет положительно оценено. Однако они прекрасно знают своих «коллег» по цеху, стараются не обращать на это внимания. Если партнеры с Запада также знакомы с их особенностями, то контакт находится очень легко.

Самое важное, что я хотел бы сказать в этом разделе, что самый гостеприимный, открытый и радушный народ живёт в Белоруссии и на Украине. Я не знаю, с чем это связано, но такого ощущения не найдешь нигде, кроме этих двух стран.

Вот, пожалуй, и всё, если говорить кратко. Я не задавался целью рассказать о бумажной волоките при оформлении контрактов или грузов. Нам мой взгляд, это неинтересно читателю, а во-вторых, все эти аккредитивы, гарантии, incoterms уже изрядно набили оскомину предпринимателям. Поэтому я останавливался лишь на общих чертах и особенностях.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Разумеется, что в каждой стране есть свои большие и маленькие особенности, которыми гордятся их жители. В данном случае мы рассматривали их очень обобщенно и без каких-либо тонкостей. В любом случае, каждая страна уникальна по-своему, и с каждой страной очень интересно сотрудничать.

Весь руководящий состав должен знать как можно больше о тех странах, с которыми приходится работать. Очень часто сотрудники, работающие в отделе экспорта или клиентской поддержки, проходят специальные курсы и семинары, на которых рассказываются ментальные особенности тех или иных стран. Такие курсы проходят при городской торгово-промышленной палате, и стоят такие курсы относительно недорого. Преподаватели, как правило, европейцы, которые либо живут в других странах, либо очень долго сотрудничают с ними. Они расскажут вам, как принято давать визитку или кто должен первым садиться за стол, если вы приехали в другую страну на переговоры и многие другие тонкости. В общем, я очень рекомендую посещать такие курсы, если у вас есть такая возможность. Процент недопонимания будет снижаться прямо пропорционально вашим знаниям о стране-партнёре.

Завершая этот раздел, я хотел бы упомянуть, что каждая корпорация старается как можно чаще задействовать людей близкого менталитета к той стране, с которой будут идти переговоры, либо долгосрочное сотрудничество. Всегда же приятней урегулировать недопонимания или возникшие трудности на родном языке, чем через переводчика или на ломаном английском. Если это Китай, то желательно китаец, если Россия, то желательно русский и так далее. Но это на уровне бытовом. Про высший уровень я писал выше.

Глава семнадцатая

При единении и малое растёт, при раздоре и величайшее распадается.

Саллюстий

В заключительной главе моей книги, я хотел бы обратиться ко всем тем, кто прочитал её с самого начала и понял общий смысл тех вещей, о которых я говорил.

Я очень надеюсь, что вы узнали кое-что полезное, и некоторые ваши заблуждения или сомнения развеялись. Теперь вы четко понимаете, что конкуренция – это не просто - на зло конкуренту опустить цены, который торгует на другом конце города. Конкуренция – это жизнь, в которой мы живём. Конкуренция окружает нас везде и повсюду. От неё нельзя уехать в другой город или другую страну. В конкурентной борьбе можно либо победить, либо проиграть. Конкуренция идёт между всеми и всегда.

Мы конкурируем с другими компаниями, но мы также конкурируем с другими странами. Самое интересное то, что эти два поля битвы настолько тесно переплетаются между собой, что часто сложно сказать, на каком поле победа будет важнее.

Чтобы победить в любой конкурентной борьбе, нужно иметь как минимум три вещи: достоверные сведения о противнике, разработанную стратегию борьбы с ним, и третье – уверенность в своей победе. Любой спортсмен вам скажет, что не стоит даже выходить на ринг,

если ты на сто процентов не уверен в своей победе. Это может показаться очень простым правилом, но очень многие недооценивают важность уверенности в себе.

Важно помнить всегда, что у российских компаний есть очень серьезные соперники, которые имеют огромный опыт ведения борьбы в самых жестких условиях. Они всеми силами стараются дать ложные ориентиры, ложные знания, ложные понятия о жизни, чтобы никто не смог с ними конкурировать на равных. Как сказал Лао-Цзы: «Нет большей беды, чем недооценивать противника». Однако это не означает, что их нужно бояться. Потому что: «Кто напуган — наполовину побит». Поэтому мы должны принять во внимание слова Суворова, который отлично разбирался в страхе, противниках и победах.

Важно помнить, что не нужно тянуть одеяло на себя, пытаясь доказать всем вокруг, что круче вас только... ну вы поняли. Когда вас одолевают сомнения, то вспоминайте принцип, который взят из военной тактики: арабский кавалерист всегда побеждает француза, 100 французов иногда побеждают 100 арабов, а 1000 французов всегда одерживает верх над 1000 арабами. Иными словами, поодиночке можно всегда проигрывать, но собравшись вместе, можно быть на голову выше своих соперников, даже если они численно превосходят вас.

Объединяясь в более крупные компании и сообщества, нужно принимать во внимание положительный и отрицательный опыт таких явлений как «IG FARBEN», значимость которого для мировой науки и промышленности сложно переоценить. Нужно также помнить, что принцип «разделяй и властвуй» будет применяться конкурентами как можно чаще, используя любой подходящий случай.

Перестаньте думать «измами» и шаблонами. Нужно найти свой рецепт успеха и свой подход к развитию. Как в спорте, так и в политике, как в бизнесе, так и в личной жизни. Нет одного рецепта на все случаи. Мы уже рассмотрели много примеров, когда комплексный подход к задаче может дать наилучший результат. На войне все средства хороши. Думающие головы и знания – самое важное, на что сейчас нужно делать ставку. Если вы преуспеваете в какой-либо области, то вам всегда нужно иметь в виду, что ваших сотрудников будут переманивать, а вас будут стараться подвинуть. Даже если вы просто существуете, то это уже может кому-то помешать. Это актуально везде и всегда.

Помните, что имея одно и то же количество денег, разные люди добиваются абсолютно разных результатов. Значит, в большинстве случаев дело не в деньгах, а в знаниях. Каждый день корпорации стараются получить максимум знаний, которые им помогут преодолеть как трудности, так и конкурентов. Посмотрите на тот же Китай. Там разворачивают реки и не боятся ставить ещё более амбициозные цели.

Не должно быть слова «невозможно», должен быть вопрос: «Что для этого нужно?» Знаете правило трех «Н»? Оно означает: «Нет ничего невозможного». Во времена Сталина, перед Великой Отечественной, инженеры работали над проектами самолетов и не знали свойства той или иной стали. Они даже понятия не имели, на каком заводе этот самолет будет построен в будущем. Потому что завода тоже еще не было. Не приходится говорить о том, что и квалифицированных рабочих тоже не хватало. Но во время правления Сталина наши предки смогли сделать невозможное не только в конструкторских разработках, но и победить в войне.

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

Затем мы позволили уничтожить все эти наработки. То, что осталось сегодня, мы можем видеть сами.

Уже в 1991 году, после «развала», в одной из московских академий состоялся симпозиум, на котором присутствовали представители Японии. Когда речь зашла о «японском чуде», то бизнесмен Х. Теравама, сказал следующее:

“Вы не говорите об основном. О вашей первенствующей роли в мире. В 1939 г. вы, Русские, были умными, а мы, японцы, дураками. В 1949 г. вы стали еще умнее, а мы были пока дураками. А в 1955 г. мы поумнели, а вы превратились в пятилетних детей. Вся наша экономическая система практически полностью скопирована с вашей, с той лишь разницей, что у нас капитализм, частные товаропроизводители, и мы более 15% роста никогда не достигали, вы же — при общественной собственности на средства производства - достигали 30% и более. Во всех наших фирмах висят ваши лозунги сталинской поры”. Эта цитата постоянно всплывает, когда речь заходит об «эффективных» методах Японии и «ничтожных» достижениях русских. Для всех интересующихся данной темой, можно порекомендовать отличную книгу «Новая опричнина, или Модернизация по-русски».

Сейчас каждый стал сам за себя, забывая, что одному преодолеть трудности в сотни раз сложнее. Вы же знаете по себе, люди в бизнесе становятся замкнутыми и боятся вообще что-то сказать или спросить. Всем мерещится, что любая информация будет расценена против них же в суде. Каждый переживает за те лазейки, которые он нашёл и не хочет, чтобы о них кто-то узнал. Все хотят казаться самыми умными, самыми успешными, которые все знают.

Вот один из самых наглядных примеров, который отчетливо покажет современные отношения между людьми. Кто из вас хоть раз в жизни говорил своему ребенку, маме, папе или братьям: «Ты на меня всегда и во всем можешь рассчитывать. Я всегда тебе помогу, чего бы мне это ни стоило». Вспомните, когда вы последний раз такое говорили без напоминаний или веской причины? Я могу ответить за вас – никогда. Вам же опять не пишут в американских книжках, что в любой влиятельной семье эти слова являются обязательными, и каждый член семьи знает, что ему будет оказана максимальная поддержка в любой момент. Важен сам факт психологической поддержки, а не поддержка как таковая. Она может никогда не понадобиться, но даст уверенности в действиях.

Этот же эффект даёт ношение крупной суммы денег в кармане. Сколько вы носите в кошельке денег? Допустим тысячи три. А вы возьмите тысяч тридцать рублей и носите их пару недель с собой везде. Вы заметите, как вы станете необоснованно уверенно себя чувствовать. Подсознательно вы знаете, что вы их не потратите, и, быть может, эти тридцать тысяч рублей всё, что у вас есть, но у вас появится ощущение, что вы сможете купить почти все, что захотите. Попробуйте провести этот эксперимент над собой, и вы ощутите эту уверенность. Вы даже вести себя начнёте по-другому. Более уверенно и даже нагло.

В маркетинге этот принцип тоже применяют. Знаете, есть так называемая «пожизненная гарантия». Так вот психологи отлично знают, что люди просто должны иметь чувство уверенности, что производитель этого товара поддержит их всегда. На самом деле корпорации знают, что только 0,7 всех клиентов, кто покупает «пожизненную гарантию», ею когда-либо

Соколов Денис «Чёрные буйволы бизнеса»

захочет воспользоваться. Все остальные даже не подумают ею воспользоваться. Они купили «чувство уверенности».

Нельзя консервироваться и становиться «вещью в себе», нужно делать так, чтобы информационный поток не останавливался. Тогда и оставаться на плаву будет легче. В противном случае вы рискуете погрязнуть в болоте. Всегда старайтесь знать как можно больше и почаще обращайтесь к специалистам в разных областях. Читайте ежедневно не менее 10 страниц специализированной литературы. Подписывайтесь на всевозможные отраслевые журналы, книги и посещайте регулярно семинары. Для победы потребуется очень много знаний.

Самое важное, что я хотел бы подчеркнуть из всего вышесказанного: не поддавайтесь на соблазн сделать всё «как у них». Это не будет работать. Я повторю, это не даст вам никаких положительных результатов, если вы просто начнёте копировать их методы один в один. Нужно очень обдуманно брать рациональное зерно из всего написанного и адаптировать под свои нужды, учитывая все детали и особенности вашего бизнеса и вашего предприятия. Негативный опыт копирования «один в один» у нас был в прошлом, но так же было и много хороших примеров, когда мы начинали думать своей головой и разрабатывать свои методы успеха.

Я буду признателен за ваш отклик:

sokolov@denisrus.ru

sokolorus@mail.ru

<http://vk.com/sokolovrus>

Отдельно благодарю:

Дмитриева Ярослава - за отличную иллюстрацию

Любовь Лёгкую - за работу над ошибками и опечатками