

Упорство без упрямства

Как сочетать
трудолюбие
и гибкость



И л ь я Л е й н

Илья Лейн

Упорство без упрямства. Как сочетать трудолюбие и гибкость

<https://litres.ru/74619707>

SelfPub; 2026

Аннотация

Вы можете очень упорно двигаться в тупик.

Ещё больше часов, ещё меньше сна, ещё одна попытка тем же способом. А результат где? Эта книга заставляет проверить сам подход к делу: выбрать момент, попросить нужного человека о помощи, использовать связи, заметить чужую уловку и вовремя изменить план. В ней много житейского расчёта, историй о хитрости и напоминаний о цене бездумного усердия. Особенно полезное чтение для тех, кто привык всё вытягивать на себе и гордиться тем, как тяжело ему даётся работа. Прежде чем снова удвоить усилия, разберитесь, на что вы их тратите.

Содержание

Глава 1. Лучше действовать с умом, чем действовать бездумно	4
Глава 2. Только с правильным подходом можно найти выход	41
Глава 3. Умелое поклонение перед Буддой	96
Конец ознакомительного фрагмента.	117

Упорство без упрямства. Как сочетать трудолюбие и гибкость

Глава 1. Лучше действовать с умом, чем действовать бездумно

— Как находить баланс между расчётом и находчивостью

В любом деле важны не только усердие, но и находчивость. Тот, кто умеет работать с умом, обычно находит нестандартные решения. Дела бывают большими и маленькими, срочными и несрочными; умелое использование внутренних особенностей дела для выбора оптимального подхода, позволяющего сэкономить силы и действовать быстро, по сути, тоже является проявлением изобретательности. Работать, не задумываясь и не ища хитростей, зачастую означает тратить силы впустую. Лучше не работать вслепую, а уметь видеть и действовать. Если не применять в работе немного хитрости и изобретательности, как можно достичь того уровня, когда «малой силой сдвигают большую тяжесть»? Однако ни в коем случае нельзя слепо преувеличивать роль хитрости; необходимо соблюдать меру, чтобы добиться выигрыша

как для дела, так и для людей, иначе вы неизбежно станете «хитрым и коварным» человеком, и потеряете больше, чем получите!

1. Действуйте в соответствии с обстоятельствами и временем

Главное правило — действовать по обстоятельствам: где-то нужно ускориться, а где-то лучше не торопиться.

В работе тоже есть свои секреты: те, кто умеет использовать благоприятные моменты, часто являются мастерами своего дела. Нужно понимать, что дела бывают разные — большие и малые, срочные и несрочные. Лишь тот, кто умеет действовать по обстоятельствам и пользоваться подходящим моментом, способен добиться хорошего результата без лишних усилий.

Быстрота и медлительность, как правило, зависят от характера человека: нетерпеливые люди действуют быстро и не откладывают дела на потом; а медлительные, что бы ни делали, действуют не спеша, что, естественно, снижает эффективность, но, добиваясь успеха стабильностью, в конечном итоге все же одерживают победу. В повседневной жизни именно из-за особенностей характера люди часто затягивают то, что следовало бы решить быстро, и спешат заняться тем, что можно было бы отложить. Такой бессистемный подход к делу, сколько бы усилий вы ни прилагали, не принесет значительной отдачи.

Как же найти золотую середину в работе?

(1) То, что требует быстрого решения, нужно решать решительно и оперативно.

Например, если начальник дает вам документ с пометкой «Срочно» для обработки, и вы, не понимая серьезности ситуации, не придаете этому значения, тянете время, или, хотя и стараетесь изо всех сил, действуете недостаточно быстро и пропускаете установленный срок, то кто в будущем будет доверять вам важные дела? Со временем в коллективе к вам перестанут прислушиваться. Что касается тех дел, которые не следует выполнять и от которых нужно отказаться, ни в коем случае не стоит стесняться или бояться обидеть кого-то. На самом деле, отказ — это ваше право, а также проявление вашей ответственности. Например, если руководство поручает вам задачу, с которой вы совершенно не справляетесь, ни в коем случае не следует соглашаться на неё из-за стеснения отказаться или в надежде, что «потяну немного, и дело сойдёт на нет». В этом случае вы совершите серьёзный промах: в итоге вас не только накажут, но и лишат минимального доверия со стороны руководства.

(2) В делах, которые можно отложить или притормозить, ни в коем случае не следует торопиться; в работе нужно соблюдать меру, как при приготовлении еды: если огонь слишком сильный, еда пригорает; если слишком слабый — она остается сырой.

Например, в отношении тех дел, которые руководство не требует выполнять немедленно, вам совершенно не нужно

спешить. Подумайте: сколько прекрасных видов вы упустите, если будете мчаться без остановки? Тем более что, если руководство не просит вас действовать быстро, на то наверняка есть свои причины; если же вы будете действовать, как будто у вас под задницей горит, то в большинстве случаев ваши усилия останутся незамеченными. Например, руководство поручило вам подготовить текст выступления для следующего совещания. В таком случае вам сначала нужно хорошо вникнуть в мысли руководителя, затем провести необходимые исследования, прислушаться к мнению опытных коллег, а уже потом тщательно отточить текст и изложить его логично и четко.

Даже после того, как вы закончите, не стоит сразу же отдавать текст руководителю. Дело в том, что если вы представите черновик через несколько дней после получения поручения, он наверняка посчитает, что вы просто отбываете номер и не подошли к делу серьезно, не подозревая, что из-за этого документа вы две ночи подряд не спали! Как только у руководителя возникнет такая мысль, он обязательно раскритикует ваш документ донельзя! А если вы не будете торопиться и дождетесь только накануне заседания, чтобы представить документ, он обязательно посчитает, что вы отнеслись к делу серьезно и искренне, и что документ, несомненно, высокого качества. Как тогда он сможет придраться к вашему документу? Тем более, даже если он и захочет придраться, у него просто не будет времени на это! Поэтому ему ничего

не останется, как с удовлетворением похвалить тебя: «Молодец, парень, ты очень стараешься!» Вот в чём секрет успешной работы: нужно иметь проницательность, уметь выбирать подходящий момент и действовать с умом.

Из этого видно, что в работе тоже нужно уметь действовать с умом: нужно думать головой, быстро решать то, что нужно решить быстро, и откладывать то, что можно отложить. Во всём нужно соблюдать меру — это и есть самый мудрый выбор.

2. Лучше уметь наблюдать и действовать, чем работать вслепую

Золотое правило: если действовать, не видя хитрости, а просто слепо прилагая усилия, хорошего результата не добиться.

Человек, который умеет только «делать», но не умеет «видеть», зачастую оказывается недалёковидным и не понимающим меры глупцом, подобным «слепому».

Действовать честно, жить честно, честно относиться к каждому дню — на первый взгляд это кажутся прекрасными качествами, которыми должен обладать человек, но если слепо следовать им, это непременно заведёт работу, карьеру и дружбу в тупик. Такие люди на своем жизненном пути, стремясь вперед, не могут наблюдать за действиями и настроением соперников и часто попадают в ситуацию, напоминающую «бег слепых». Как только перед ними появляется цель, они с ожесточением опускают голову и бросаются впе-

ред, совершенно не обращая внимания на слова и поступки конкурентов, просто мчатся вперед, не замечая, что из-за своей наивной прямолинейности и опрометчивости они обрызгивают других пылью и грязью. Даже если они это замечают, они не придают этому значения, потому что «только опускают голову, чтобы тянуть телегу, а не поднимают голову, чтобы смотреть на дорогу». Если такие люди занимают руководящие должности в организации, они с большой вероятностью обнажат свою самую уязвимую и незащищенную сторону перед подчиненными, стремящимися заискивать перед их непосредственными начальниками, давая им множество поводов для доносов в обход начальства, и одновременно предоставят козыри в руки тем конкурентам, которые «наблюдают» за ними.

Тем, кто руководствуется в работе исключительно «честностью и прямотой», трудно понять тонкости дела, и они, напротив, переоценивают свой имидж. Имидж, о котором здесь идет речь, не является чисто объективным, а носит оттенок субъективной увлеченности.

Например, кто-то, считая себя очень способным и отлично справляющимся со своими обязанностями, откровенно и наивно оценивает других; даже если его оценка беспристрастна, она все равно может задеть самолюбие собеседника. Ни начальники, ни коллеги, ни подчиненные не желают полностью раскрывать свою истинную сущность перед другими. Ведь у каждого человека есть убеждение, что в нём

есть нечто, чем он превосходит других. «Я доброжелателен и внимателен к людям; хотя моя зарплата и невелика, это не означает, что я некомпетентен; в своём отделе я занимаю важную должность, вношу большой вклад, благодаря чему дела подразделения процветают, поступает много заказов — всё это благодаря моему личному обаянию, от чего выигрывают и мои подчинённые, сохраняя свои рабочие места и должности».

Однако в глазах подчиненных его образ, возможно, выглядит иначе; в душе они, вероятно, думают так: «Мой руководитель, похоже, ещё не знает, что в отделе есть зеркало, раскрывающее истинную сущность; всё, что мелькает перед этим зеркалом, сразу же обнажает свою истинную сущность». Что касается этого руководителя, разве его не заставили трижды подряд менять план продаж, прежде чем он нашёл рынок на 1 миллиард долларов? Кроме того, из-за его пристрастия к алкоголю и невежливого поведения неизвестно, сколько возможностей он упустил; иначе количество полученных заказов превысило бы нынешнюю цифру. В этом и заключается вред тех, кто слепо трудится, не поднимая головы!

У каждого человека есть свой образ себя, и он с величайшей искренностью чтит этот образ в своём сердце, не допуская, чтобы кто-то его осквернил, и тем более не приветствуя тех, кто прямолинеен и откровенен, произвольно раскрывающих правду и высказывающих безжалостную критику.

В связи с этим я бы посоветовал тем, кто умеет только слепо трудиться, уделить этому вопросу немного больше внимания и постараться понять его глубже.

Лишь крайне редкие начальники сами спрашивают подчинённых об их мнении о себе или затрагивают подобные деликатные темы; большинство, наверное, безоговорочно согласится со словами Марка Твена: «Я приветствую критику, но она должна быть по душе».

Предположим, однажды вы пьете с начальником, и он вдруг спрашивает вас: «Скажите мне честно, каким вы меня видите?» В этот момент, даже если вы в душе недовольны им, вы обязательно ответите: «Вы замечательный человек, сэр».

Начальник, возможно, упрямо добавит: «Не стесняйтесь, говорите мне то, что видите, не беспокойтесь ни о чём! Я хочу услышать правду».

Поэтому иногда люди, умеющие действовать, уступают тем, кто умеет правильно оценивать ситуацию. Ведь у тех, кто умеет правильно оценивать ситуацию, как правило, гораздо больше друзей, чем у способных людей — это уже неоспоримый факт. Здесь мы не отрицаем заслуги тех, кто просто склоняет голову над работой, но советуем им быть чуть более расчётливыми и уметь в меру использовать хитрости! Что же касается тех, кто только наблюдает, но не действует, им следует поучиться у тех, кто работает: только при органичном сочетании действия и наблюдения можно до-

биться хорошего результата, поэтому и в том, и в другом нужно соблюдать меру.

3. Уметь не только делать, но и говорить: умело проявляйте себя

Золотое правило: когда вы что-то сделали, ни в коем случае не молчите — что плохого в том, чтобы рассказать о своих заслугах?

Люди делятся на честных и хитрых: честные люди действуют, но не говорят, а хитрые — только говорят, но не действуют. В реальности ни слишком честные, ни слишком хитрые люди не пользуются популярностью. Только действовать, но не говорить — все равно что чайник без носика; только говорить, но не действовать — все равно что рисовать змею и добавлять ей ноги. Только умея соблюдать меру между словами и делами, не теряя при этом способности к изобретательности, можно добиться лучшего результата.

Люди часто говорят: «Лучше делать, чем говорить. Решимость, выраженная словами, не сравнится с действиями. Обещания, высказанные вслух, не сравнятся с фактами. Если вникнуть в суть, в этих словах заключается глубокая философия и важные истины.

Уметь только делать, но не уметь говорить — все равно что красивый чайник без носика. Но и уметь только говорить, а не делать, тоже не годится. В реальной жизни некоторые люди любят бросать громкие слова и делать категоричные заявления, особенно те, кто полон амбиций. Чтобы

показать, что они превосходят других, они всегда, демонстрируя свою решимость, хвастливо и самонадеянно высказываются перед родными, друзьями, девушками и даже перед своими конкурентами.

На самом деле они не понимают: тот, кто хорошо поет, уступает тому, кто хорошо говорит; а тот, кто хорошо говорит, уступает тому, кто хорошо делает. Когда вы говорите бездумно, вы часто раскрываете свои первоначальные намерения соперникам. Или, другими словами, цели, которых вы могли бы достичь, могут быть тайно сорваны другими из-за того, что вы заранее раскрыли секрет, в результате чего вы бросаете дело на полпути. В итоге все сводится к пустым словам, а сделать что-либо становится невозможно. Есть и такие люди, которые, сказав что-то, сразу же забывают об этом, совершенно не принимая сказанное близко к сердцу и не выполняя обещаний. В конечном итоге таких людей, которые только говорят, но не действуют, не только считают хвастунами и бахвалителями, но и обрекают на дурную славу недобросовестных людей. Кто же захочет поддерживать близкие отношения с такими «болтливými» саморекламщиками?

Некоторые считают, что, чем бы ни занимался человек, нет никакой необходимости об этом говорить. «В баозе мясо — не в складках», «немой ест пельмени» — достаточно, чтобы самому понимать, что к чему. Таким образом, они впадают в другую крайность, твердо убежденные, что факты го-

ворят громче слов.

Когда вы что-то сделали, вам не нужно ничего говорить — факты сами за вас заговорят. Если бы всё действительно было так, это, конечно, хорошо, но часто бывает иначе: если окружающие не замечают ваших достижений и не обращают на них внимания, разве это не похоже на то, как «немой ест жёлтую лозу» — страдаешь, но не можешь об этом сказать? Поэтому, когда вы что-то сделали, ни в коем случае не молчите — что плохого в том, чтобы рассказать о своих заслугах? Но вы должны соблюдать меру в своих высказываниях. Если вы добились результата на десять баллов, а говорите только о пяти, то половина ваших усилий, безусловно, пропадет зря — обычно люди не обращают внимания на вашу скромность; напротив, если вы выполнили работу на пять баллов, но заявили, что на десять, то вы преувеличиваете. Иногда коллеги ничего не скажут вслух, но в душе им будет неприятно, и, возможно, при первом же удобном случае они пойдут к руководству и выскажут вам все, что думают. В результате ваша работа не только не завоеует симпатии окружающих, но и принесет вам дурную репутацию человека с низкими моральными качествами — это как если бы Чжу Бацзе посмотрел в зеркало: ни с одной, ни с другой стороны не выглядит хорошо.

Кроме того, мы часто видим, как люди, которые сами по себе не являются выдающимися, незаметно, шаг за шагом, поднимаются на вершину власти.

Почему те, у кого изначально не было больших финансовых ресурсов, побеждают на рынке более сильных соперников? Как им удаётся увеличить свой капитал в несколько раз и стать крупными бизнесменами, которым все завидуют?

Когда люди задают эти вопросы, когда журналисты берут интервью у этих успешных людей, когда камеры нацелены на этих современных знаменитостей, все думают, что эти люди обладают уникальными навыками и раскроют какой-то секрет.

Однако они лишь слегка улыбаются и говорят: «В успехе нет никакого секрета, просто нужно добросовестно делать своё дело».

Или в шутовском тоне говорят: «Я просто как слепая кошка наткнулся на мертвую мышь».

Посмотрите, как скромны их слова! Но разве кто-то, услышав эти скромные слова, пренебрегает их достижениями и успехами?

В мире нет ничего невозможного: если вы готовы действовать, то результат станет «возможным».

4. В деле есть свои хитрости, а умно — это действовать с изобретательностью

Золотое правило: чтобы шаг за шагом продвигаться по карьерной лестнице и выделиться из толпы, прежде всего нужно отличаться от других и привлекать к себе внимание.

Если не справляться со своими прямыми обязанностями, то даже отличное выполнение дополнительных задач не при-

несет пользы. Однако если хорошо справляться со своими обязанностями, но оставаться в стороне от дополнительных дел, это тоже не является разумным подходом к работе.

Люди с разными характерами и способностями приобретают ценность только тогда, когда могут проявить свой талант на своих рабочих местах. Определив свои обязанности, права и обязательства, нужно добросовестно выполнять свой долг, качественно справляться со своими прямыми обязанностями и делать то, что необходимо. В этот момент следует поставить перед собой цель по выполнению этой работы. Однако эта цель должна быть реалистичной, соответствовать вашим желаниям и быть четко сформулированной. Если вам сложно самостоятельно разобраться в ситуации, можно посоветоваться с коллегами, друзьями или специалистами. Помните, что это очень серьёзный вопрос: как только у вас появится эта рабочая цель, у вас появится мотивация и станет ясным направление работы. Тогда вам нужно будет проявить все свои настоящие способности и фактами доказать руководству, что вы — перспективный сотрудник. В то же время предоставляйте начальнику новые данные и информацию, например: о рыночной конъюнктуре, новостях из общества, перспективах развития организации и т. д. Это заставит его считать вас выдающимся сотрудником, ставящим интересы организации на первое место.

На самом деле, заслужить признание окружающих несложно, или, по крайней мере, не слишком сложно. А вот

то, сможете ли вы хорошо выполнять свою работу и получить за это достойное вознаграждение, зависит не только от вас самих, но и от оценки, которую дадут вам руководство и коллеги.

Чтобы шаг за шагом продвигаться по карьерной лестнице и отлично справляться с работой, главное — выделяться из толпы и привлекать к себе внимание. Однако человек с эксцентричным характером, который везде выставляет себя напоказ, не сможет заслужить признания руководства. Если вы хотите получить справедливую оценку и признание, не забывайте следующие советы:

(1) На начальном этапе карьерного роста каждый должен помнить: «Будьте оперативны в делах и осторожны в словах».

(2) В присутствии руководства демонстрируйте свою трудолюбивость.

(3) Постоянно учитесь и повышайте квалификацию, осваивая навыки и умения, необходимые для успешного выполнения своих должностных обязанностей.

(4) Будьте в курсе всего, что происходит в офисе, читайте соответствующие служебные записки — так у руководства сложится хорошее впечатление о ваших знаниях, способностях и самодисциплине.

(5) Проявляйте инициативу, добровольно берите на себя задачи, которые, возможно, потребуют вашего участия, и выполняйте их добросовестно, доведив дело до конца.

(6) Напоминайте себе: мой вклад в работу организации повышает мою значимость, и руководство, естественно, будет ценить меня больше.

(7) При возникновении сложностей в работе обращайтесь за советом к руководству; время от времени представляйте руководству конструктивные отчеты; когда представится возможность проявить себя, не колебайтесь, а сразу же продемонстрируйте свои способности.

(8) Старайтесь налаживать хорошие межличностные отношения в коллективе, ладите с коллегами, помогайте им решать проблемы как на работе, так и в жизни — в этом заключается секрет того, как завоевать уважение руководства и коллег.

По завершении работы составьте подробный отчет и своевременно представьте его руководству. Если вы сможете проявлять абсолютную серьезность и ответственность в работе, досконально освоить все аспекты дела и приобрести в них опыт, быть искренним и дружелюбным с коллегами, работать в духе сплоченности, а в личной жизни вести себя строго, честно, просто и здоровым образом, — если вы приложите усилия для выполнения всех этих пунктов, можно сказать, что вы уже прочно закрепились на своем месте.

В коллективе, среди коллег, когда вы уже завоевали непоколебимый авторитет, вы сможете проявить себя в полной мере. Все знают, что вы ответственный и способный человек, который отлично справляется со своими обязанностями

и хорошо относится к коллегам; все доверяют вам и уважают вас. Даже если кто-то будет злословить о вас, распространять слухи, порочить вашу репутацию или нападать на ваше положение, никто не поверит ему, а напротив — все будут поддерживать вас и сочувствовать вам.

Если коллеге нужна помощь, ни в коем случае не считайте это чем-то, выходящим за рамки ваших обязанностей; вы должны без колебаний оказать ему максимальную поддержку. Однако, помогая другим, не стоит самодовольно хвастаться этим, тем более не следует принимать на себя роль спасителя, ведь наша помощь должна быть бескорыстной, искренней и не содержать ни малейшего намека на милость.

Руководство, как правило, считает, что если подчинённым поручено выполнить задачу, но она не выполнена в срок, вину за это следует возлагать на весь коллектив. Ведь подразделение — это коллектив, а не набор независимых друг от друга организаций. Самое главное: если руководитель увидит, что вы прилагаете значительные усилия, не только выполняя свои прямые обязанности, но и активно берётесь за дополнительную работу, а также хорошо помогаете коллегам, он непременно высоко оценит ваши профессиональные качества. И наоборот, если он заметит, что вы могли бы помочь, но, считая это не своей обязанностью и не имеющим к вам отношения, остались в стороне, его мнение о вас значительно ухудшится.

Умный человек должен быть сдержан в словах и активен в

действиях, а не следовать пословице «умный говорит, а глупый делает», тем более что в работе не должно быть ни капли легкомыслия.

Однако в отношении некоторых коллег, склонных к лени, вы обязаны дать им соответствующий совет. Но не указывайте на их недостатки в присутствии других коллег, а найдите возможность поговорить с ними наедине, спросите, не теряют ли они интерес к своей работе, и поинтересуйтесь их планами на будущее — они сами откровенно поделятся с вами своими мыслями. Только тогда вы сможете достаточно тактично объяснить им, на что следует обратить внимание для достижения поставленных целей.

Чаще прислушивайтесь к мнению других, больше поощряйте их и по возможности помогайте им — только так можно поддерживать хорошие отношения между коллегами. Это также позволит вам заслужить более высокую оценку.

Возможно, вы тоже испытываете сильный рабочий стресс, который даже сказывается на вашей семье, но ни в коем случае не переносите эти негативные эмоции на работу, поскольку это повлияет на вашу эффективность и отношения с окружающими.

5. Делайте всё по существу — бессмысленная суэта приведёт к напрасным усилиям

Золотое правило: не бойтесь прилагать усилия, бойтесь не попасть в самую суть.

Одинаковые условия, одинаковое время, одно и то же де-

ло — но эффективность и результаты могут быть разными. Причина в том, что разные люди используют разные методы работы. Дела имеют свою степень важности и срочности; к разным делам нужно применять разные стратегии и действовать гибко, чтобы не тратить силы впустую и не остаться без результатов. В работе не страшно не прилагать усилий, страшно не попасть в самую точку. Именно это является ключевым моментом.

Самым распространённым препятствием для многих людей при выполнении дел, пожалуй, является то чувство, о котором многие говорят: «Я не совсем уверен, что мне нужно делать, поэтому просто живу сегодняшним днём». Отсутствие ориентира, помогающего различать главное и второстепенное, часто не позволяет человеку сконцентрировать свои силы на достижении цели, он не знает, что следует делать, а от чего можно временно отказаться. Успешные люди утверждают, что очень важно сначала подготовиться, а уже потом приступать к делу.

Во время одного из своих семинаров к Карнеги пришел владелец компании. Увидев чистый и аккуратный рабочий стол Карнеги, он был очень удивлен. Он спросил Карнеги: «Мистер Карнеги, а где вы храните неотправленные письма?»

Карнеги ответил: «Я обработал все свои письма».

«А кому вы сегодня переложили те дела, которые не успели сделать?» — настаивал руководитель.

«Я уже справился со всеми делами», — с улыбкой ответил Карнеги. Увидев недоуменное выражение лица владельца компании, Карнеги объяснил: «Причина проста: я знаю, что мне нужно сделать много дел, но мои силы ограничены, и я могу заниматься только одним делом за раз. Поэтому я составляю список дел в порядке их важности, а затем выполняю их одно за другим. В результате — всё готово». Сказав это, Карнеги развел руками и пожал плечами.

«О, теперь я понимаю. Спасибо вам, мистер Карнеги». Через несколько недель владелец компании пригласил Карнеги осмотреть свой просторный кабинет и сказал ему: «Мистер Карнеги, спасибо, что научили меня, как справляться с делами. Раньше в этом просторном кабинете у меня документы, письма и прочее накапливались в горы — одного стола не хватало, приходилось использовать целых три. С тех пор как я стал применять ваш метод, ситуация значительно улучшилась. Посмотрите — больше нет никаких незавершенных дел».

Так владелец этой компании нашёл способ вести дела, и спустя несколько лет стал одним из самых успешных людей в американском обществе. Для развития своей карьеры мы тоже обязательно должны составить план дел, исходя из их важности и срочности. Время и силы человека ограничены, и если не составить план расстановки приоритетов, вы окажетесь в растерянности перед внезапным наплывом дел.

Исходя из своих жизненных целей, вы можете расставить

дела по приоритетам. Те, что помогут вам достичь цели, поместите в начало списка и выполняйте по порядку. Расставьте все дела по приоритетам и запишите их на листе бумаги — так у вас получится список дел. Привыкнув к этой полезной привычке, вы будете с каждым выполненным делом приближаться к своей цели на один шаг.

Мы можем каждое утро составлять план приоритетов, а затем дополнять его графиком выполнения — это еще больше поможет нам продвигаться к своим целям.

Главная причина неудач в делах заключается в том, что люди каждый день живут в полной растерянности, совершенно не понимая, что в их жизни действительно имеет для них смысл и ценность. Неудивительно, что, получив то, к чему стремились, они по-прежнему чувствуют внутреннюю пустоту и вздыхают: «Неужели жизнь — это всё?»

Причина неэффективности многих людей в работе, в конечном счёте, заключается в том, что они не разобрались в правильном значении главных и второстепенных целей и часто тратят силы на то, чего на самом деле не хотят достичь; суетиться не по делу — это действительно самонаказание.

6. В делах нужно уметь рассчитывать

Золотое правило: человек, умеющий рассчитывать, часто способен вырваться из оков устаревших шаблонов, умеет искать выгодные возможности и благодаря этому всегда идёт впереди.

Отсутствие денег у человека — не страшно; отсутствие

положения — не печально. Неумение рассчитывать и недостаток мудрости — вот что является самым большим недостатком в жизни.

В эпоху Трёх царств кто-то подарил Цао Цао одного горного петуха. Петух был стройным, с пышным оперением, ярким окрасом и величественным видом. Цао Цао, обрадовавшись, приказал: «Пусть все министры попробуют развлечь горного петуха, заставить его танцевать — посмотрим, у кого это получится».» Получив указ, вельможи немедленно приступили к действиям: одни танцевали и махали руками, пытаясь раздражать куропатку; другие приносили лакомства, пытаясь соблазнить её; третьи вытягивали шеи и подражали куриному крику, надеясь вызвать у куропатки реакцию... Несмотря на то что вельможи приложили все усилия, куропатка ничуть не поддавалась, оставаясь неподвижной, что вызвало огромное разочарование.

Один из детей, пришедших посмотреть на зрелище, увидев эту сцену, принёс большое зеркало и поставил его перед куропаткой. Куропатка, увидев своё отражение, решила, что к ней пришёл товарищ, и, обрадовавшись, стала кудяхтать и танцевать, с каждым движением набирая всё больший размах.

Цао Цао удовлетворённо кивнул.

В этой истории министры, стремясь завоевать благосклонность и одержать победу, соревнуются в том, кто лучше развлечёт тетерева, но у стариков с старыми руками и но-

гами движения не могут быть особенно изящными, а выражения лица — странными. Они только механически выполняли приказы, изо всех сил пытаясь проявить себя, но ничуть не задумывались об индивидуальных особенностях терева и не знали, как поступить с умом; поэтому, несмотря на всевозможные нелепые выходки вельмож, им не удалось расположить к себе тетерева, и их усилия остались тщетными.

Малыш же был сообразивым: увидев, что министры исчерпали все свои уловки, он задумался — раз он сам любит играть с друзьями, то, наверное, и куропатка тоже любит своих товарищей. Но найти ещё одну куропатку было не так просто, поэтому он взял зеркало и заставил куропатку «разделиться на две», чтобы она играла сама с собой. И действительно, куропатка затанцевала. Видите, если немного полагаться на удачу и проявить немного смекалки, результат будет гораздо лучше.

На самом деле, причина такой разницы заключается в различиях в мышлении министров и ребёнка. Министры придерживаются старых традиций, а ребёнок — новаторский, их мышление принципиально отличается. В умах министров было только повеление Цао Цао; они знали лишь, как лично «развлекать» куропатку в соответствии с этим повелением, но не осмеливались переступить черту — это типичный пример консервативного мышления; в уме же мальчика не было и тени «повеления», он просто хотел развлечь куро-

патку и посмотреть, как она танцует, поэтому его гибкий ум пошел нестандартным путем и ловко применил небольшую хитрость — зеркало.

Проще говоря, изобретательность — это идеологический подход, при котором, сталкиваясь с проблемами, противоречиями и трудностями, человек осмеливается разрушить привычные стереотипы мышления, отойти от традиционных канонов, отказаться от рамок и шаблонов, смело исследовать новые пути, искать новые идеи и создавать новые достижения.

Подобно министру и ребёнку из этой истории, в процессе работы у людей также сильно различается их отношение к изобретательности.

Те, кто не умеет рассчитывать и не склонен к изобретательности, привыкли следовать старым традициям, строго придерживаться старого опыта, предпочитают вести себя сдержанно и жить спокойно, день за днём, год за годом занимаясь повторяющимся трудом, который для них организовали другие. Их жизнь лишена волнений и тем более творчества. Такие люди мыслят консервативно, следуют установленным нормам, не осмеливаются думать нестандартно, не осмеливаются идти не по проторенным дорожкам, не осмеливаются действовать не по привычке; во всём они осторожны и придерживаются правил. Хотя они действуют надёжно, как правило, не достигают больших успехов.

Те же, кто склонен к авантюризму, обладают «бунтарским

духом»: если ты режешь яблоко по вертикали, я режу его по горизонтали, чтобы посмотреть, в чём же разница; если ты говоришь: «Не слушай советов старших — и страдания не за горами», я всё равно не послушаю тебя и обязательно попробую пойти своим путём. Такие люди не хотят слепо придерживаться традиций и слепо следовать за другими; во всём они предпочитают думать самостоятельно и иметь собственное, независимое мнение. Они открыты в своих взглядах, не придают значения мелочам, имеют много интересов, отличаются сильным любопытством, любят выделяться и больше всего ценят оригинальность. Поэтому у таких людей живой ум, много идей, и именно они чаще всего добиваются лучших результатов.

В ловушку, расставленную охотником, попали гусь и лиса. Каждый из них размышлял, как вырваться из «когтей» охотника и спастись от верной гибели. Вскоре пришёл охотник.

Лебедь, облетевший всю страну и обладающий обширными знаниями, знал: раз уж он стал добычей, просить пощады бесполезно, поэтому быстро припал к земле, притворившись мёртвым. Охотник подумал, что его укусила лиса, вытащил его из ловушки и бросил на землю. Лиса же вспомнила народную поговорку «не бьют того, кто улыбается», и, улыбаясь, сказала: ««Брат, мы же хорошие друзья, пожалей меня. Я не такой, как этот гусь, который постоянно портит твой урожай; я помогу тебе наказать его».

Но охотник даже не обратил на него внимания: «Хитрый

зверь, я не попадусь на твою уловку». Одним ударом палки он убил лису. Когда он обернулся, чтобы поискать гуся, оказалось, что тот уже взмахнул крыльями и улетел.

Мы видим, что в этой притче лиса, хотя и хитра, в конце концов мыслит старомодно, лишена новаторского духа, знает только старые методы и в итоге не избежала гибели. А гусь, проанализировав психологию охотника, осознал соотношение сил между собой и лисой, поэтому постарался проявить изобретательность, применил обман, чтобы сбить охотника с толку, и в итоге спасся.

Времена постоянно меняются, и если действовать без хитрости, слепо придерживаясь старых методов, уже невозможно соответствовать требованиям общества. В современном обществе только те, кто смело рискует и не боится бросать вызов обществу и самому себе, могут стать первопроходцами своего времени.

7. Прежде чем действовать, все тщательно обдумайте

Золотое правило: тот, кто смеется последним, часто обладает необычайной смелостью и мудростью, тщательно расставляя ловушки, чтобы заманить соперника на крючок, пока тот ничего не подозревает.

Еврей Йорк Пирпонт Морган был влиятельной фигурой на американской Уолл-стрит, а также мастером спекуляции и бизнес-магнатом. Он создал огромную коммерческую империю Моргана, которая в свое время контролировала почти четверть всех активов США; его богатство могло соперни-

чать с целыми государствами и внушало страх.

Нефтяной магнат Рокфеллер также был не простым человеком: он использовал всевозможные средства, чтобы вытеснить множество конкурентов и построить огромную нефтяную империю.

Когда эти два гиганта садились за стол переговоров, их состязание в умстве и смелости превращалось в поистине зрелищное зрелище.

Шахта «Мейзерби», богатая железной рудой, находилась в руках Рокфеллера, но, к сожалению, он не имел ни малейшего представления о её ценности, из-за чего добыча железной руды так и не начиналась.

Узнав об этом, Морган немедленно решил любой ценой выкупить рудник и самостоятельно организовать добычу. Поэтому он лично явился к Рокфеллеру, чтобы изложить ему свои намерения. Рокфеллер, не понимая истинных мотивов этого шага, уклончиво ответил, что уже отошел от дел и передал управление компанией своему сыну.

Морган, столкнувшись с отказом и понимая, что Рокфеллер — хитрый и коварный человек, с которым нелегко иметь дело, решил встретиться напрямую с младшим Рокфеллером, чтобы найти прорыв именно через него.

Как только младший Рокфеллер увидел Моргана, он сразу же заявил, что эту шахту он ни за что не продаст. Морган лишь покуривал сигару, улыбаясь и пристально глядя на него, от чего тот почувствовал приступ паники. Затем Мор-

ган внезапно спросил его: «Сколько же ты, в конце концов, хочешь за неё?»

Младший Рокфеллер ещё больше растерялся: он не ожидал, что хитрый Морган уже давно прочитал его мысли, и что его предыдущее заявление о нежелании продавать было лишь прикрытием для последующего завышения цены. Поскольку дело дошло до этого, ему ничего не оставалось, как с большой неохотой назвать цену в 75 миллионов долларов.

Морган улыбнулся — его улыбка стала ещё более очаровательной. Он уже давно провёл расследование и знал, что Рокфеллер купил эту шахту всего за 500 тысяч долларов; очевидно, что эта цена была совершенно завышенной — это было прямое вымогательство. Он ещё несколько минут многозначительно пристально смотрел на младшего Рокфеллера, а затем пожал ему руку на прощание. Он ясно понимал, что настоящим хозяином дела является Рокфеллер, а в отношении младшего Рокфеллера достаточно было лишь оказать на него достаточное давление и выяснить их козыри.

Через несколько дней он вновь навестил Рокфеллера. Он прямо заявил, что 75 миллионов долларов — это просто нелепая шутка, которую никто не сможет принять. Он был готов к сотрудничеству и предложил обменять эту шахту на акции своей популярной компании «US Steel». Акции «US Steel» в то время пользовались огромным спросом, и он изначально не хотел отдавать их Рокфеллеру, но по сравнению с заоблачной ценой в 75 миллионов долларов это всё же бы-

ло весьма выгодным предложением.

Услышав это, Рокфеллер был очень доволен: он уже давно заглядывался на акции «US Steel», и теперь, наконец, его мечта могла сбыться. Однако он ни за что не хотел соглашаться сразу, а намеренно сделал вид, что ему нужно время на размышление, чтобы выторговать для себя дополнительные выгоды.

Через неделю, по указанию Рокфеллера, младший Рокфеллер отправился на официальные переговоры с Морганом. После ожесточённых торгов в конце концов было подписано соглашение. Морган пошёл на определённые уступки и, наконец, перевёл эту шахту в свою собственность.

В ходе этих сложных переговоров еврейский купец Морган до самого конца скрывал свою истинную цель — захватить шахту, демонстрируя собеседнику приветливый вид и искреннюю улыбку; то он весело шутил, не выдавая своих намерений, то выглядел величественно и неприступно, то бросал приманку, чтобы заставить собеседника клюнуть, то скрупулёзно торговался, досконально используя свои коварные уловки и ум, что в итоге позволило ему достичь своей цели.

8. В делах нужно уметь использовать благоприятные обстоятельства

Классическое изречение: «Хороший ветер даёт силу, поднимая меня к голубым облакам».

Роль использования благоприятных обстоятельств в де-

лах подобна роли крыльев для птицы. Общество — это совокупность людей, это слияние сил бесчисленных индивидуумов, образующее огромную социальную силу. Человек, желающий совершить нечто выдающееся, не может ограничиваться лишь собственными усилиями; он должен искать все возможности для успеха, стремиться использовать все доступные силы в своих интересах.

Гонконг — крошечный остров, и его производственный сектор сталкивается с двумя основными проблемами: нехваткой сырья и ограниченностью рынка. В последние годы руководство многих гонконгских предприятий применяет стратегию использования благоприятных обстоятельств: вступает в совместные предприятия с крупными зарубежными компаниями, использует бренды других стран, импортирует иностранное сырье, занимается переработкой и производством, а затем использует глобальные каналы сбыта этих компаний для широкого развертывания своей коммерческой деятельности. Постепенно набирающая силу в Гонконге тенденция к использованию благоприятных обстоятельств привела к быстрому процветанию города.

После «оттепели» в китайско-американских отношениях в 1970-х годах вкусные китайские продукты постепенно стали завоевывать американский потребительский рынок. Китайская пищевая промышленность не тратила деньги на масштабную рекламу и широкую пропаганду в США, а приглашала журналистов крупных газет, общественных деятелей

и известных представителей деловых кругов на дегустацию изысканных блюд, приготовленных известными китайскими поварами, и знакомила их с китайской кулинарной культурой. Насладившись изысканными блюдами, они один за другим публиковали статьи, в которых рассказывали о китайской кухне, а также давали прогнозы относительно перспектив потребления китайских продуктов питания в США в известном американском журнале «Экономический обзор». Благодаря рекламе в прессе и на телевидении китайская кухня быстро завоевала репутацию на американском рынке и вызвала настоящий бум. Такая реклама, опирающаяся на авторитет таких изданий, как «Экономический обзор», оказалась гораздо более убедительной, чем самостоятельная реклама за собственные средства.

Один известный руководитель предприятия рассказал своему другу, что недельное посещение известных магазинов из разных отраслей помогает ему по-новому взглянуть на собственный бизнес. Каждый год он обязательно отправляется в поездку, чтобы изучить методы управления и ведения бизнеса в различных известных магазинах. Каждый раз, возвращаясь из поездки, он начинает замечать мелкие недостатки в работе своего магазина, на которые раньше не обращал внимания, небольшие оплошности продавцов, а также несовершенства в методах работы. В результате он проводит реформы в управлении магазином, придавая своему бизнесу совершенно новый облик. Цель поездок этого руководи-

теля — заимствовать передовой опыт управления и методы ведения бизнеса у коллег по отрасли, чтобы улучшить работу своего магазина и вдохнуть в бизнес новую жизнь и энергию.

Использование благоприятных обстоятельств носит многогранный характер и имеет множество путей. Это может быть использование авторитета, дипломатии, политики, связей, общественного мнения, актуальных тенденций и т. д. — перечислить их невозможно. В политической борьбе и военных конфликтах наиболее распространенным способом является использование сил «третьей стороны», то есть политических или военных союзов; в деловом мире самым распространенным способом «использования чужой силы» является опора на известных бизнесменов и крупных предпринимателей, чтобы, пользуясь их именем, извлечь «выгоду»; в общественной жизни влиятельные политические деятели, обладающие большой властью, и сильные мира сего, располагающие мощным экономическим потенциалом, имеют особое социальное положение и обширное влияние; опираясь на их авторитет и авторитет, можно значительно увеличить шансы на успех.

9. Умело использовать чужую силу, ловко спекулировать

Золотое правило: «Заимствование стрел с помощью соломанных лодок» — это самый умный способ действовать и одновременно самое блестящее проявление умения спекулировать.

Каким бы талантливым ни был человек, он не может спра-

виться со всем.

Во времена «Трёх царств» Чжугэ Лян, блестящий стратег с выдающимся талантом, вызвал сильную зависть у командующего войсками государством У Чжо Юй, который, желая избавиться от него, под предлогом приближающейся большой битвы и нехватки стрел попросил Чжугэ Ляна изготовить 100 000 стрел в течение 10 дней. Чжугэ Лян, прекрасно понимая, что это западня, с радостью согласился, сократив срок до трёх дней и тут же подписав «военное обязательство». На третий день густой туман окутал реку, и за десять шагов уже было трудно разглядеть окружающие предметы. Чжугэ Лян приказал 20 соломенным лодкам направиться к водяному лагерю войск Цао.

Достигнув середины реки, он велел 20 лодкам выстроиться в линию, а затем приказал воинам яростно бить в барабаны и кричать, создавая видимость сильной атаки. Солдаты в лагере Цао впали в панику и срочно доложили Цао Цао. Столкнувшись с такой ситуацией, Цао Цао тоже засомневался, полагая, что на них действительно нападают флоты У и Шу, и срочно приказал всем лучникам подняться на корабли и стрелять в направлении барабанного боя и криков. По его приказу раздался залп из десятков тысяч стрел, и вскоре обе стороны соломенных лодок были полностью усыпаны стрелами. Увидев, что дело сделано, Чжугэ Лян приказал развернуть лодки и, направляясь обратно, велел солдатам громко кричать: «Спасибо, господин Цао, за стрелы!» Услышав это,

Цао Цао понял, что попался на уловку, но было уже слишком поздно.

История «Травяные лодки и одолженные стрелы» передается из поколения в поколение и стала классическим примером успеха благодаря использованию внешних сил.

За рубежом также существует множество историй о том, как умелое использование внешних сил помогло людям добиться успеха. Создатель знаменитой компании «Nike» Фил Найк был настоящим мастером спекуляции.

В современном Китае, где сосредоточено огромное количество брендов, от которых просто кружится голова и глаза не успевают за всем уследить, кроссовки «Nike» можно назвать известными каждому, о них знает каждый. Среди множества «брендовых кроссовок» «Nike» особенно популярны и пользуются большой любовью у широкой публики, особенно у молодежи, для которой носить «Nike» стало модным трендом. Влияние кроссовок «Nike» в Китае огромно, но мало кто знает: в США компания «Nike» — это компания без рабочих и без производственных помещений. В штаб-квартире «Nike» в США нет рабочих, изготавливающих обувь, и нет ни одного завода, производящего продукцию для «Nike». Люди, возможно, удивятся: раз компания «Nike» не производит обувь, то откуда же берутся кроссовки «Nike»? Именно в этом и заключается самый известный прием компании «Nike» — «использование чужих ресурсов для получения прибыли».

Китай — это огромная страна с населением более миллиарда человек, а также гигантский потребительский рынок. Кроме того, с повышением уровня жизни люди начали уделять внимание спорту, особенно молодежь, которая стала настоящими спортивными фанатами. Фил Найк не только приглянулся к огромному китайскому рынку, но и, что более важно, к дешевой рабочей силе и сырью Китая, с которыми, можно сказать, ни одна другая страна не может сравниться.

Ещё в 1979 году 41-летний Фил Найк намеревался инвестировать в Китай, но в то время он мало что знал об этой стране. Чтобы лучше понять Китай, Фил Найк изо всех сил искал возможность посетить материковый Китай. Как раз в это время Китай готовился провести в Гуанчжоу ярмарку импортных и экспортных товаров. Узнав об этом, Фил Найк решил, что это отличная возможность познакомиться с китайским рынком. Тогда он немедленно вылетел в Гонконг и приступил к оформлению въездных документов. Но, к сожалению, по ряду причин ему не удалось получить въездную визу, и его планы тем самым сорвались.

Фил Найк обладал не только сильной дальновидностью и деловой хваткой, но и огромным терпением. Он глубоко понимал ценность ожидания и терпения, поэтому не уныл из-за того, что ему не удалось сразу отправиться на континентальный Китай с ознакомительной поездкой. Он верил, что однажды его продукция обязательно пробьётся на китайский рынок. Обширная территория Китая привлекала его слиш-

ком сильно, и он не собирался так легко упускать этот огромный рынок.

В июле 1980 года Фил Найк вновь подал заявление в китайское правительство на въезд в страну и получил разрешение — его поездка в Китай наконец стала реальностью. Во время поездки по Китаю он тщательно изучал и анализировал различные ситуации, включая политические, экономические и другие аспекты.

В то время политическая обстановка в Китае была не совсем ясной: хотя китайское правительство было полно решимости идти по пути реформ и открытости, негативное влияние крайне «левых» и закрытых идей «Культурной революции» по-прежнему присутствовало в сознании подавляющего большинства иностранных бизнесменов. Они уже не проявляли большого интереса к повторным инвестициям в Китай и, будь то из-за боязни риска или из-за недостатка дальновидности, занимали выжидательную позицию, не решаясь на сотрудничество с Китаем.

Фил Найк же с присущей ему дальновидностью внимательно следил за каждым шагом материкового Китая и, тщательно обдумав и проанализировав ситуацию, решил инвестировать в Китай. Этот его шаг сразу же вызвал единодушное противодействие со стороны всех сотрудников компании, которые не хотели рисковать. Фил Найк был к этому заранее готов: он представил различные доказательства и материалы и, после нескольких раундов убедительных и настой-

чивых переговоров, наконец добился поддержки своего плана со стороны компании.

Фил Найк стал одним из первых американских предпринимателей, инвестировавших в Китай. Его инвестиционный шаг был сопряжён с огромным риском, но в то же время принёс огромную прибыль. Это стало убедительным доказательством дальновидности Фила Найка.

После напряжённых переговоров Фил Найк подписал с соответствующими китайскими органами контракт на производство спортивной обуви, которая должна была выпускаться в четырёх регионах — Тяньцзине, Шанхае, Гуандуне и Фуцзяне — для продажи на материковом Китае и экспорта на рынок США. С тех пор обувь Nike стала в Китае престижным брендом, объектом вождения молодежи, а объёмы её продаж неуклонно росли по мере углубления реформ и открытости в Китае, а также повышения уровня жизни населения.

Стратегия «использования чужих ресурсов» оказалась успешной: благодаря применению этого подхода в производстве штат головного офиса компании оставался достаточно компактным и динамичным, что позволило избежать многих производственных затруднений и создать более выгодные условия по сравнению с другими компаниями, а значит, уделить больше внимания вопросам сбыта. Высшее руководство компании Nike, похоже, ведёт довольно беззаботную жизнь: им не приходится беспокоиться о забастовках рабо-

чих и различных мелких производственных проблемах.

Хотя у самой компании Nike нет ни рабочих, ни производственных помещений, рабочие и заводы, производящие продукцию для компании, разбросаны по всему миру. Руководителям компании Nike достаточно просто летать на самолетах по всему миру, везя с собой заранее разработанные компанией образцы и чертежи к производителям, с которыми уже заключены договоры, а затем проводить приемку готовой продукции.

Из всего этого можно увидеть выдающиеся качества Фила Найка — именно это и является причиной, по которой компания Nike смогла выйти за рамки обычного и значительно опередить других.

Успех компании «Nike» заставляет даже тех конкурентов, которые считают её сильным противником, с восхищением признать: «Они во всём добиваются превосходных результатов».

Глава 2. Только с правильным подходом можно найти выход

— Правильно оценивать степень риска при осуществлении крупных проектов

Реализация великих дел — это суровое испытание мудрости и смелости человека. Для этого необходимо обладать чрезвычайно острым чутьем на возможности и умением их улавливать. Спекуляция по сути своей — это использование возможностей для достижения успеха. Великие дела требуют широкого кругозора и глубокой мудрости. Активная спекуляция требует ещё и превосходных методов работы; если же сочетать высокое мастерство с сверхчеловеческой смелостью, то выделиться из толпы будет не так уж и сложно! Конечно, большие дела нужно вести честно и открыто, но это не означает, что нельзя использовать мудрость и хитрость: умелая спекуляция в десять тысяч раз лучше, чем бездумная поспешность! Однако у спекуляции должна быть граница: без меры она может обернуться самоуничтожением.

1. Спекулировать в условиях риска, добиваться успеха, используя возможности

Золотое правило: по сути, спекуляция — это умение ухватить шанс среди рисков, использовать пробелы в ситуации для достижения своих целей.

На жизненном пути возможности могут сами падать вам на голову, и вам останется только их ухватить. Но те, кто умеет рассчитывать, сами идут на поиски возможностей, и риск — их лучший инструмент.

Не жалуйтесь на несправедливость жизни: возможности равны для всех, просто одни осмеливаются спекулировать ради них, другие не решаются, а третьи добровольно упускают их. Те, кто умеет рассчитывать, естественно, являются мастерами спекуляции, умеющими улавливать и создавать возможности, и они привыкли добывать их в условиях риска!

Возможности часто идут рука об руку с риском. Некоторые люди, увидев риск, отступают на три шага назад, и даже самая лучшая возможность теряет в их глазах всю свою привлекательность. Такие люди, когда появляется шанс, часто колеблются, не решаются действовать, взвешивают все «за» и «против» и в итоге ничего не добиваются. Хотя мы и не одобряем спекуляции в стиле азартных игроков, любая возможность сопряжена с определенным риском, и отказываться от возможности из-за страха перед риском — все равно что отказываться от еды из-за опасения подавиться.

Не все люди, способные совершать великие дела, обладают выдающимся талантом, но они умеют использовать возможности. Они видят риски в возможностях и активно спекулируют на этих рисках.

Американский финансовый магнат Морган был именно

таким человеком, умеющим спекулировать на рисках.

Дж. П. Морган родился в Хартфорде, штат Коннектикут, в семье богатого торговца. Семья Морганов переехала из Англии на американский континент около 1600 года. Сначала дед Моргана, Джозеф Морган, открыл небольшую кофейню, а накопив определенный капитал, открыл крупный отель, занимался торговлей акциями и участвовал в страховом бизнесе. Можно сказать, что Джозеф Морган разбогател благодаря спекуляциям. Однажды в Нью-Йорке произошел крупный пожар, принесший огромные убытки. Страховые инвесторы запаниковали и стали массово требовать отказаться от своих долей, чтобы избавиться от необходимости платить страховые взносы от пожара. Джозеф решился и выкупил все доли, после чего значительно повысил страховые сборы. Он полностью выплатил компенсацию за ущерб от нью-йоркского пожара, что значительно укрепило его репутацию: несмотря на повышение страховых сборов, страхователи продолжали стекаться к нему. Этот пожар, напротив, принёс Джозефу чистую прибыль в размере 150 тысяч долларов. Эти средства заложили основу для империи семьи Морган. Отец Моргана, Джинос С. Морган, начинал с открытия овощного магазина, а позже он вошёл в партнёрство с банкиром Пибоди, специализируясь на торговле облигациями и акциями.

Выросший в традиционной купеческой семье, в особой семейной атмосфере и под влиянием деловой культуры, Морган с юных лет отличался смелостью мысли и действий,

а также склонностью к спекуляциям. В 1857 году Морган окончил Гёттингенский университет в Германии и устроился на работу в торговую компанию «Дункан». Однажды, возвращаясь из Гаваны на Кубе, где он закупал для компании рыбу, креветок и другие морепродукты, он, проплывая мимо пристани Нового Орлеана, сошел с корабля и прогуливался по окрестностям пристани. Внезапно какой-то незнакомец похлопал его по плечу сзади: «Сэр, хотите купить кофе? Я могу продать его вам за полцены».

«За полцены? Какой кофе?» — с недоумением посмотрел Морган на незнакомца.

Незнакомец сразу же представился: «Я капитан бразильского грузового судна, доставившего целый груз кофе для одного американского коммерсанта. Но когда груз прибыл, этот американский коммерсант уже обанкротился. И теперь этому судну с кофе ничего не остаётся, как бросить якорь здесь... Сэр! Если вы его купите, это будет для меня огромной помощью, и я готов продать его за полцены. Но есть одно условие: оплата только наличными, сэр. Я обратился к вам, потому что вы выглядите как деловой человек».

Морган вместе с бразильским капитаном осмотрел кофе — качество оказалось неплохим. Узнав, насколько низкая цена, Морган без колебаний решил купить этот груз кофе от имени фирмы «Дункан». Затем он с большим энтузиазмом отправил телеграмму Дункан, но в ответ получил: «Не смейте использовать имя компании без разрешения! Немедленно

отмените сделку!»

Морган был очень разгневан, но в то же время понял, что пошёл на слишком большой риск — в конце концов, торговая компания «Дункан» не принадлежала его семье Морганов. С тех пор у Моргана зародилось сильное желание — открыть собственную компанию и заниматься тем бизнесом, которым он хотел.

Не имея другого выхода, Морган был вынужден обратиться за помощью к своему отцу в Лондоне. Джинос ответил телеграммой, что согласен использовать счет своей лондонской компании для погашения задолженности, возникшей в результате несанкционированного использования средств фирмы «Дункан». Морган был в восторге и решил действовать на полную мощность: по рекомендации бразильского капитана он купил кофе с других судов.

Для начинающего Моргана заключение такой крупной сделки нельзя было назвать чем-то иным, как спекуляцией. Но судьба, казалось, благоволила к нему: вскоре после покупки этой партии кофе в Бразилии наступили сильные морозы, что привело к резкому сокращению урожая. В результате цены на кофе взлетели, и Морган, воспользовавшись благоприятной конъюнктурой, получил огромную прибыль.

Благодаря сделке с кофе Джинос понял, что его сын — талантливый человек, и выделил большую часть своих средств на открытие для сына «Торгового дома Моргана», чтобы тот мог проявить свои способности в бизнесе. «Торговый дом

Моргана» располагался в здании напротив Нью-Йоркской фондовой биржи на Уолл-стрит, и это местоположение сыграло немалую роль в том, что Морган впоследствии стал доминирующей фигурой на Уолл-стрит и даже влиял на мировые события.

К тому времени наступил 1862 год, и Гражданская война в США разгоралась с новой силой. Президент Линкольн издал «Указ № 1», объявив всеобщую мобилизацию и приказав сухопутным и военно-морским силам начать полномасштабное наступление на Юг.

Однажды к Моргану заглянул его новый знакомый Кетчам, чтобы поболтать.

«Мой отец недавно узнал в Вашингтоне, что потери Северной армии просто огромны!» — таинственно сообщил Кетчам своему новому другу. «Если кто-то начнёт массово скупать золото и отправлять его в Лондон, то наверняка сможет неплохо на этом заработать».

Морган, умевший спекулировать, сразу же заинтересовался и предложил Кчаму стать партнёром в этом деле. Кчам, естественно, с нетерпением отнесся к этой идее и рассказал Моргану о своём плане: «Сначала мы свяжемся с мистером Пибоди и, используя совместный расчёт через его компанию и твою торговую фирму, купим золота на сумму четыре-пять миллионов долларов — конечно, в тайне; затем половину купленного золота перевезем в Лондон и передадим Пибоди, а оставшуюся половину оставим себе. Как только просо-

чится информация о переводе золота Пибоди, а правительственные войска потерпят поражение, цена на золото непременно взлетит; тогда мы сможем открыто распродать наше золото и, несомненно, получим огромную прибыль!»

Морган быстро просчитал степень риска этой сделки и без колебаний дал согласие Кчаму. Всё шло по плану: как они и предполагали, информация о тайной сделке по покупке золота просочилась из-за перевода крупной суммы, и в обществе стали циркулировать слухи о том, что магнат Пибоди скупает огромные объёмы золота; повсюду распространялись мнения о том, что «цена на золото не может не вырасти». В результате очень скоро разразилась лихорадка скупки золота. Из-за этой паники цена на золото взлетела до небес, и Морган, увидев, что момент настал, быстро распродал всё имевшееся у него золото, воспользовавшись суматохой и снова нажившись на этом.

В течение более чем ста лет, прошедших с тех пор, потомки семьи Морганов следовали традициям предков, постоянно идя на риск, постоянно спекулируя и постоянно наживая огромные состояния, что в конечном итоге позволило им построить могущественную империю Морганов.

Возможности появляются часто, но зачастую они сопряжены с риском; чтобы воспользоваться ими, нужно иметь смелость пойти на риск.

2. Спекулируйте целенаправленно, а не рискуйте слепо
Золотое правило: кто не рискует, тот не выигрывает.

Те, кто умеет спекулировать, знают: «Размер риска и прибыли прямо пропорциональны; огромный риск может принести огромную выгоду». Как гласит пословица: нет ничего вечного, нет возможности, которая давала бы результат раз и навсегда. В современном обществе, где ситуация постоянно меняется, у каждого может представиться выгодная возможность, но не каждый способен ею воспользоваться.

Спекуляция в первую очередь требует смелости, но не слепого риска. Для достижения великих дел необходимо прежде всего иметь амбиции; под их ведением, действуя смело и рискуя, успех часто приходит сам собой.

Однажды в Денвере наступил экономический спад: многие фабрики и магазины закрывались и были вынуждены распродавать свои горы запасов по бросовым ценам — столь низким, что за 1 доллар можно было купить 100 пар носков.

В то время Джон Гамбс был ещё рядовым техником на текстильной фабрике. Он сразу же потратил все свои сбережения на покупку дешевых товаров, и люди, видя его эту «безумную» настойчивость, открыто высмеивали его, называя дураком!

Джон Гамбс не обращал внимания на насмешки окружающих и продолжал скупать товары, распродаваемые фабриками и магазинами, а также арендовал большой склад для хранения огромных партий товара.

Его жена убеждала его не покупать эти вещи, которые другие распродавали по низким ценам, поскольку их сбереже-

ния, накопленные за долгие годы, были ограниченными и предназначались для воспитания детей. Если бы это предприятие обернулось полной потерей капитала, последствия были бы непредсказуемыми.

Услышав тревожные уговоры жены, Гамбс, посмеявшись, успокоил её:

«Через два месяца мы сможем разбогатеть благодаря этим дешёвым товарам».

Слова Гамбса, похоже, не сбылись.

Спустя более десяти дней, когда даже по бросовым ценам не удалось найти покупателей на эту продукцию, фабрики вывезли весь товар на грузовиках и сожгли его, чтобы стабилизировать цены на рынке.

Увидев, что другие уже сжигают товары, жена не могла сдержать сильного беспокойства и стала жаловаться Гамбсу, но он не проронил ни слова в ответ.

В конце концов, правительство США приняло экстренные меры, стабилизировав цены в регионе Данвилл и оказав мощную поддержку местным производителям в возобновлении деятельности.

В это время в регионе Данвилль из-за огромного количества сожженных товаров возник дефицит запасов, и цены росли с каждым днем. Джон Гамбс немедленно распродал большую часть своих запасов: во-первых, он заработал на этом огромную сумму, а во-вторых, это позволило стабилизировать рыночные цены и предотвратить их непрерывный

взлет.

Когда он решил распродать товары, его жена снова посоветовала ему пока не торопиться с продажей, поскольку цены продолжали стремительно расти день ото дня.

Он спокойно ответил: «Пришло время распродажи; если мы будем тянуть ещё немного, то потом будем об этом жалеть».

И действительно, как только Гамбс распродал весь свой товар, цены начали падать. Его жена была безмерно восхищена его даром предвидения.

Позже Гамбс на вырученные деньги открыл пять универмагов, и его бизнес процветал.

Сегодня Гамбс является влиятельным бизнес-магнатом во всей Америке.

Риск — это начало спекуляции, а амбиции — её движущая сила. Для человека, способного совершать великие дела, жизнь — это славное приключение, ведь если вы готовы рискнуть, ваша проблема уже наполовину решена. Стоит вам смело сделать первый шаг, как победа наступит раньше. Ведь риск сам по себе — это спекуляция.

3. Ловите момент и действуйте, проявляйте в делах немного спекулятивного духа

Золотое правило: человек должен в полной мере использовать каждую возможность, которая ему выпадает.

Еврей Раймонд Крок — крупнейший в мире «повар»: ему принадлежит крупнейшая в мире сеть ресторанов — сеть

быстрого питания «Макдоналдс», в которой одновременно обедают сотни миллионов людей по всему миру. Создание «королевства Макдоналдс» стало не только коммерческой революцией, но и революцией в культуре питания. Хотя его основателями были братья Макдоналд, по-настоящему построившим империю быстрого питания «Макдоналдс» был Рэймонд Крок. Ореол славы Рэймонда Крока был настолько ярким, что основатели «Макдоналдс» — братья Макдоналд — полностью утратили свой блеск.

Рэймонд Крок, начавший свою карьеру с должности продавца, благодаря своему проницательному взгляду и неординарному уму не только построил империю «Макдоналдс», но и способствовал стремительному развитию индустрии сетевых ресторанов быстрого питания. К 2005 году «Макдоналдс» насчитывал более 30 000 ресторанов по всему миру и занимал 366-е место в списке 500 крупнейших компаний мира.

Философия, которой Крок неукоснительно придерживался на протяжении всей своей жизни, посвящённой упорному труду, заключалась в следующем: «Человек должен в полной мере использовать каждую представившуюся ему возможность. Каждый должен сам создавать своё счастье и сам решать свои проблемы».

В юности Крок жил в бедности и бросил школу, проучившись всего один год в старшей школе. Он играл на фортепиано в нескольких гастролирующих оркестрах, а затем ра-

ботал режиссёром музыкальных программ на чикагской радиостанции.

С 1929 года и в течение последующих 25 лет Крок занимался продажами: сначала он помогал людям продавать недвижимость во Флориде, а затем продавал бумажные стаканчики на Среднем Западе США.

Будучи продавцом, Крок не раз испытал горечь неудач. В своей «Автобиографии Рэймона Крока» он так вспоминал те незабываемые дни: «После провала в продаже недвижимости во Флориде я оказался полностью разорен, без единой монеты. В то время у меня не было ни пальто, ни плаща, ни даже пары перчаток. Когда я ехал на машине по холодным улицам Чикаго, возвращаясь домой, я буквально замерзал».

Говоря о «Макдоналдс», следует также упомянуть братьев Майка и Дика, которые первыми основали этот бизнес.

Мак и Дик — братья еврейского происхождения, которые открыли в Сан-Бернардино ресторан быстрого питания, ориентированный на автомобилистов. Изучив доходы ресторана за последние три года, они обнаружили, что 80 % выручки приходилось на гамбургеры.

Тогда братья Мак начали проводить радикальные реформы в системе ведения бизнеса: они сосредоточились на продаже гамбургеров по 15 центов за штуку, ввели самообслуживание, повсеместно использовали бумажные столовые приборы и обеспечили быстрое обслуживание — этот новаторский подход к ведению небольшого гамбургерного ресто-

ранчика имел огромный успех!

Впоследствии братья Макдональд начали создавать сеть ресторанов и лично разработали логотип с двумя золотыми арками.

К 1954 году сеть ресторанов «Макдоналдс», насчитывавшая 10 заведений, достигла годового оборота в 200 тысяч долларов.

Несмотря на это, недалёковидные братья Макдональд не осознавали, какую ценность представляет их изобретение, в то время как прозорливый Крок увидел блестящие перспективы этой индустрии.

Однажды в 1954 году Крок, будучи владельцем компании по продаже миксеров для молока, обнаружил, что ресторан братьев Макдональд в городе Сан-Бернардино заказал сразу 8 таких миксеров. Такой огромный объём заказа поразил Крока, и, чтобы выяснить причину, он специально отправился в Сан-Бернардино.

Этот ресторан «Макдоналдс», по внешнему виду, казалось, не сильно отличался от бесчисленных других гамбургерных того времени. Однако Крок был глубоко потрясён. Был полдень, и небольшая парковка была переполнена людьми — там собралось не менее 150 человек, выстроившихся в длинную очередь перед рестораном «Макдоналдс». Официанты «Макдоналдс» работали так быстро, что могли выдавать заказанную еду всего за 15 секунд — такого подхода к ведению бизнеса Крок никогда раньше не видел.

Крок тут же решил открыть сеть ресторанов.

На следующий день он приступил к переговорам с братьями Макдональдами. Братья Макдональды быстро согласились предоставить ему право на открытие сетевых ресторанов по всей стране, но выдвинули довольно жесткие условия.

«Я обязательно куплю McDonald's!» — так решил Крок.

В начале 1961 года, после переговоров, братья Макдональд согласились уступить права на управление «Макдональдс». Однако их цена была ошеломляющей: «Не продадим дешевле 2,7 миллиона долларов!»

Из них по 1 миллиону долларов на каждого брата, 700 тысяч долларов на уплату налогов, и обязательно наличными!

Крок был вне себя от ярости, он положил трубку и заставил себя успокоиться. Они знали, что он не сможет выложить такую сумму, и именно поэтому завысили цену — их намерения были очевидны: они не хотели, чтобы Крок получил контроль над компанией.

Крок, тщательно всё обдумав, в конце концов согласился на жесткие условия братьев Макдональд. Крок и его гениальный финансовый директор Санна приложили все усилия и, преодолев множество трудностей, наконец-то одолжили 2,7 миллиона долларов, чтобы выкупить название, товарный знак, авторские права и кулинарные рецепты ресторанов «Макдональдс».

Теперь все рестораны быстрого питания «Макдоналдс» в

США перешли в собственность Крока; хотя компания по-прежнему носила название «Макдоналдс», она больше не имела никакого отношения к братьям Макдоналдам.

Теперь Крок наконец-то мог действовать без ограничений, в полной мере проявив свой талант к спекулятивным сделкам.

В определённый момент, когда все факторы складываются удачно, возникают благоприятные условия: тот, кто первым воспользуется этими условиями, сможет быстрее и легче добиться большего успеха и совершить великое дело. Эти благоприятные условия и есть шанс, а условием для его использования является наличие спекулятивного мышления.

4. Ударить по слабому месту, побеждать умом

Золотое правило: чтобы поразить змею, нужно бить в седьмой дюйм; в делах нужно ухватиться за ключевой момент — победа благодаря хитрости гораздо мудрее, чем победа силой!

В процессе работы мы неизбежно сталкиваемся с конкуренцией и вызовами, а соперники порой бывают очень сильны, и прямой ответный удар может оказаться тщетным. В таких случаях нужно уметь действовать хитро и ловко, побеждать умом и наносить удар по сопернику в самую суть.

В 1961 году американская нефтяная компания «Хаммер» вновь преподнесла всем большой сюрприз: в небольшом городке Окси было обнаружено второе по величине газовое месторождение в штате Калифорния, стоимость которого

оценивалась в 200 миллионов долларов. Спустя несколько месяцев в соседнем Брентвуде было обнаружено ещё одно газовое месторождение с очень богатыми запасами.

Видя, что огромная сумма долларов вот-вот пополнит его карман, Хаммер, естественно, был вне себя от радости. Не в силах сдержать внутреннее волнение, он поспешил в компанию «Pacific Gas and Electric», твердо решив заключить с этим крупнейшим потребителем 20-летний контракт на поставку природного газа.

Хаммер и подумать не мог, что здесь его ждет такой провал: в «Pacific Gas and Electric» его отфутболили в два счета. С безразличным выражением лица они извинились и сказали, что не нуждаются в его природном газе, поскольку недавно было принято решение о строительстве за огромные средства газопровода от канадской провинции Альберта до залива Сан-Франциско, и в скором времени сюда по трубопроводу начнет поступать огромное количество природного газа из Канады.

Это, без сомнения, стало для Хаммера настоящим холодным душем; на мгновение он растерялся, и в голове у него наступила полная пустота. Однако Хаммер, в конце концов, был опытным предпринимателем с многолетним стажем. Слегка успокоившись и собрав мысли, он быстро придумал гениальный ход, позволяющий лишить соперника основного источника дохода.

На следующий день Хаммер сразу же отправился в Лос-

Анджелес, поскольку этот город является крупнейшим покупателем компании «Pacific Gas and Electric» и конечным получателем природного газа. Он обратился к городскому совету и живо рассказал членам совета о своём плане проложить газопровод из Раслопа прямо в Лос-Анджелес, поставляя газ по цене, более выгодной, чем у «Pacific Gas and Electric» и любого другого участника тендера, чтобы удовлетворить потребности города. Кроме того, поскольку он ускорит темпы строительства газопровода, то сможет начать поставки раньше, чем «Pacific Gas and Electric» и другие участники тендера, и жители Лос-Анджелеса смогут в ближайшее время пользоваться его более дешёвым газом. Услышав о столь выгодных условиях Хаммера, как могли депутаты не заинтересоваться? Они решили убедить городскую администрацию принять план «Hammer Oil» и отказаться от сотрудничества с «Pacific Gas and Electric».

Этот ход Хаммера, направленный на то, чтобы лишить соперника опоры, оказался действительно гениальным. Узнав об этом, компания «Pacific Gas and Electric» не смогла больше сидеть сложа руки: отбросив свою гордость и джентльменские манеры, она поспешила обратиться к Хаммеру и выразила готовность принять природный газ от «Hammer Oil». Как меняются времена! Тридцать лет — и всё перевернулось с ног на голову. На этот раз Хаммер уже не был таким униженным, как тогда в «Pacific Gas and Electric», когда ему приходилось умолять партнёров. Теперь он находился в вы-

годном положении и выдвинул ряд условий, выгодных для себя, а «Pacific Gas and Electric» не осмелилась высказать ни малейшего возражения и была вынуждена послушно подписать тщательно подготовленный Хаммером договор.

Умение использовать спекуляцию в делах заключается в том, чтобы уловить суть дела, найти переломный момент в развитии ситуации, а затем действовать, чтобы переломить ход событий, не давая противнику этого заметить. При достижении великих целей сила такого спекулятивного искусства просто безгранична.

5. Правильно выбранная стратегия — вдвое больший результат

Золотое правило: в современном обществе, насыщенном конкуренцией, одного усердия недостаточно — необходимо сочетать трудолюбие с изобретательностью, прагматизм со спекуляцией. Только найдя правильную схему действий, можно «с минимальными усилиями добиться максимально-го результата».

Линь Цзяньчжун родился в 1950 году в провинции Гуандун. В 1961 году, когда он ещё учился в начальной школе, он переехал с отцом в Гонконг в поисках средств к существованию. Из-за скромного материального положения семьи ему пришлось помогать отцу на фабрике по производству сумок, которую тот открыл. В то время ему было всего 12 лет, и он отвечал за прием посетителей и прием заказов. На сайте В любой свободный от работы момент он читал книги и учил-

ся, чтобы повысить свой образовательный уровень.

В 1969 году отец и сын Линь продали свою небольшую фабрику в Гонконге и всей семьёй переехали в Нью-Йорк, США. По приезду в США у них не было никакого капитала, и им пришлось пожить у родственников. После долгих поисков Линь Цзяньчжун устроился на работу на одну из нью-йоркских швейных фабрик с месячной зарплатой всего в 95 долларов. Постоянно жить у родственников было невыносимо, поэтому через несколько месяцев после переезда отец и сын Линь сняли собственное жильё. Поскольку их доходы были очень небольшими, а материальное положение — стесненным, они сняли жилье в афроамериканском районе Бруклина, где арендная плата была самой низкой. Однако это был самый грязный и беспорядочный район Нью-Йорка, и, живя там, они часто подвергались издевательствам и дискриминации со стороны окружающих. Линь Цзяньчжун с детства был человеком расчетливым, и в таких неблагоприятных условиях он начал строить свои планы.

Линь Цзяньчжун, который с юных лет был связан с миром бизнеса, неоднократно анализировал этот вопрос. Он считал, что трудолюбие — это минимальное условие, а умелое применение знаний — кратчайший путь к успеху. Однажды он услышал от отца историю о том, как изобретатель вибрированной резины Чарльз Вайдоя упорно трудился, создавая свой бизнес. У этого молодого человека с детства были собственные амбиции — сделать карьеру в области научных

изобретений. В качестве цели он выбрал вибрированную резину. Он целых восемь лет посвятил чтению различных книг по этой теме и проведению научных экспериментов, терпел голод и холод, выносил насмешки и язвительные замечания со стороны родственников и друзей. Он не побоялся взять в долг, чтобы финансировать свои эксперименты, но в итоге оказался в тюрьме из-за невозможности погасить долги. Однако даже в тюрьме он продолжал работать над этим проектом. Выйдя из тюрьмы, он снова с полной отдачей посвятил себя исследованиям и экспериментам, и в конце концов ему удалось добиться успеха. Изобретение вулканизированной резины не только внесло вклад в прогресс человеческого общества, но и помогло Чарльзу Вайдоу встать на путь к богатству — это, несомненно, плод его усердного труда.

Умный Линь Цзяньчжун считал, что одного усердия недостаточно: в современном обществе, полном конкуренции, необходимо сочетать практическую работу с хитростью, чтобы добиться быстрых и заметных результатов — в этом и заключается смысл выражения «с половиной усилий добиться двойного результата». Так называемая «изобретательность» в научных изобретениях опирается на знания и технологии, а в бизнесе — на стратегию и расчёт. Он думал, что у него нет оснований для изобретательской деятельности, но зато есть трудолюбие и опыт ведения бизнеса; если поднять эти два качества на более высокий уровень, шанс на успех обязательно представится.

Руководствуясь этим замыслом, Линь Цзяньчжун молчаливо трудился на швейной фабрике. Выполняя разнообразные подсобные работы, он при этом постоянно следил за управленческой деятельностью фабрики и ситуацией на рынке готовой одежды.

Через 3 года он не только освоил кройку, пошив и дизайн одежды, но и понял законы маркетинга. В 1972 году, используя деньги, которые он понемногу откладывал, а также небольшую сумму, одолженную у сестры, он открыл небольшую швейную фабрику, насчитывавшую всего чуть более 20 швейных станков. Благодаря его умению рассчитывать, фабрика быстро расширилась. К 1980 году на его фабрике работало уже более 1000 рабочих, и она занимала лидирующие позиции среди подобных предприятий в Нью-Йорке.

Линь Цзяньчжун с самого начала уделял большое внимание качеству продукции и созданию имиджа бренда. Он хорошо знал, что евреи — мастера в сфере бизнеса. По мере расширения масштабов бизнеса он не пожалел средств и нанял большое количество евреев в качестве продавцов готовой одежды, а также привлек к работе нескольких известных модельеров. В результате вся его продукция попала в элитные магазины и крупные универмаги США, а более 10 брендов вечерних платьев и шелковых шарфов, таких как SilkClub, стали широко популярны на американском рынке. К 1980 году его оборот достиг 70 миллионов долларов.

Хитрость Линь Цзяньчжуна в основном заключалась в его

стратегии «использования благоприятного момента и обстоятельств». Воспользовавшись улучшением отношений между Китаем и США и развитием экономических и торговых связей между двумя странами, он начал массово импортировать шелковые ткани из материкового Китая для переработки в США, а позже просто инвестировал в создание фабрик в материковом Китае. Используя дешёвое сырьё, рабочую силу и производственные мощности Китая, он отправлял готовую одежду обратно в США для продажи, получая прибыль, значительно превышающую ту, которую можно было бы получить в США, благодаря чему его состояние быстро росло.

По мере роста капитала Линь Цзяньчжун, воспользовавшись серьёзным дефицитом продовольствия в бывшем Советском Союзе в 1989 году, организовал экспорт в эту страну зерна, печенья и других продуктов, помогая решить острую проблему бывшего Советского Союза, за что получил от президента бывшего Советского Союза Горбачёва лицензию на свободную торговлю долларами США. Линь Цзяньчжун воспользовался этим моментом и добился значительного успеха в бизнесе.

В 1991 году в политической обстановке бывшего Советского Союза произошли резкие перемены. Лин Цзяньчжун считал, что у Ельцина больше шансов на победу, и возобновил поставки продовольствия и медикаментов в страны СНГ. В результате местные власти предоставили Лин Цзяньчжуну немало льгот, что значительно облегчило его инве-

стиционную и торговую деятельность в России. Например, в 1993 году он получил право на льготные условия полетов и посадки на всей территории России. Воспользовавшись моментом, он основал «Компанию по развитию авиации», взяв на себя подряд на местные грузовые и пассажирские перевозки, что принесло ему значительную прибыль. В настоящее время Лин Цзяньчжун планирует расширить деятельность этой авиакомпания на страны-члены СНГ и некоторые регионы Азии; Лин уже стал одним из самых активных американских бизнесменов в СНГ.

За 20 с лишним лет успешного ведения бизнеса, опираясь на благоприятные условия, влияние Линь Цзяньчжуна значительно укрепилось. В настоящее время он владеет 14 швейными фабриками, 2 компаниями по производству готовой одежды, 4 выставочными залами моды, а также несколькими коммерческими зданиями и контрольным пакетом акций банка «Дадонг»; он является крупнейшим производителем одежды в Манхэттене. По оценкам журнала «Форбс», состояние супругов Линь в настоящее время превышает 100 миллионов долларов США.

6. В делах нужно проявлять терпение, а поспешность приносит больше всего вреда

Золотое правило: чтобы добиться успеха, нужно действовать неторопливо и быть готовым терпеть однообразие. В процессе ожидания лучше всего уделять больше времени размышлениям.

В работе требуется терпение; при выполнении дел нам необходимо проявлять огромное терпение, преодолевать склонность к опрометчивым поступкам и ждать подходящего момента.

Известный японский предприниматель Йошиаки Цуми принял на себя управление огромным семейным бизнесом у смертного одра своего отца, который оставил ему напутствие: «Сдерживайся, обязательно сдерживайся, по крайней мере 10 лет!»

Он взял на заметку последние слова отца, охранял огромное семейное состояние, сдерживая снова и снова порывы добиться успеха, и направлял большую часть своих сил на решение внутренних семейных дел. Благодаря своей честности и мудрости он принял ряд разумных решений, полностью уладил внутренние семейные споры и заслужил единодушную похвалу как внутри семьи, так и за её пределами.

Прошло 10 лет, и он наконец терпеливо дождался возможности действовать. Он немедленно вложил огромные средства, приобрел значительные участки земли в туристическом районе Карюдзава, приступил к их застройке и построил такие развлекательные объекты, как отель «Одзи», поле для гольфа, теннисные корты и горнолыжный курорт, которые привлекли тысячи туристов и принесли ему значительную экономическую выгоду.

Затем, пользуясь успехом, он открыл несколько горнолыжных курортов и создал собственную бейсбольную ко-

манду «Сейбу Лайонс», которые добились беспрецедентных побед, создавая новые коммерческие чудеса, пока он не занял трон самого богатого человека в мире.

Благодаря десятилетнему терпеливому ожиданию он устранил внутренние угрозы, нейтрализовал целый ряд рисков, заложил фундамент для наступления и, наконец, дождался оптимального момента для успеха.

Человек, не обладающий терпением в своих делах, никогда не добьётся успеха: нетерпеливость, поспешность, горячность и слепое следование своим действиям приведут к крайне серьёзным неудачам. Нужно быть терпеливым, как мастер цигун, достичь состояния ума, спокойного как вода, противостоять различным соблазнам рынка, выдержать одиночество — и тогда удастся дожидаться ещё более благоприятного момента.

Известный во всем мире финансовый мастер Сорос, прославившийся своими спекуляциями, при принятии инвестиционных решений проявляет крайнюю осторожность. Он лично изучает последние тенденции на рынке ценных бумаг, дает всестороннюю оценку и прогнозирует мировую политическую и экономическую обстановку, а затем терпеливо ждет подходящего момента. Он говорит: «Чтобы добиться успеха, нужно сохранять хладнокровие и уметь выносить скуку. В процессе ожидания лучше как можно больше размышлять и анализировать».

В 1970-е годы банковский сектор переживал кризис, ак-

ции находились в постоянном спаде, и инвесторы избегали банковских акций. Однако после тщательного исследования Сорос обнаружил, что в банковской сфере уже происходили позитивные изменения: большое количество талантливых выпускников университетов стремилось сделать карьеру в банках, появились признаки перелома ситуации, а прибыльность значительно улучшилась.

В тот период Сорос уделял банковской отрасли беспрецедентное внимание. Он тщательно собирал информацию, анализировал, обобщал, оценивал и делал выводы. Он терпеливо ждал подходящего момента, пока тот не представился сам. Решительно воспользовавшись этой редкой возможностью, он вложил сразу значительные средства и приобрел большой объем акций банковского сектора.

В процессе достижения великих целей терпение просто необходимо. Давайте все поучимся терпению у спекулянтов: если мы, как и они, научимся умело выжидать подходящего момента, то сможем прочно ухватить еще больший успех.

7. Прозорливость и четкость решений

Классическое правило: инициатива означает стратегический ум, превосходящий других, и неизбежно приведет к блестящей победе.

В своей деятельности вы сможете надолго удержать инициативу, извлекать выгоду и избегать убытков, а также постоянно добиваться новых побед, только если будете внимательно следить за тенденциями времени, своевременно кор-

ректировать подход к делу и принимать мудрые решения, руководствуясь дальновидным мышлением.

В процессе реализации крупных дел временное попадание в пассивную ситуацию вполне простительно; страшно то, что некоторые люди, столкнувшись с неблагоприятной обстановкой, лишь жалуются на судьбу и окружающих, совершенно не задумываясь о том, как изменить ситуацию в выгодную сторону.

Для достижения великих целей необходимы способность к самостоятельному мышлению, дальновидность и решительные действия — тогда инициатива всегда будет оставаться в ваших руках.

Инициатива означает стратегический ум, превосходящий других, и неизбежно приведет к блестящей победе. Любое дело начинается с малого и становится большим, из слабого превращается в сильное. Конечно, это требует тяжелого процесса, и в этом процессе важно, чтобы человек обладал активным и инициативным сознанием, стремился изменить слабое и неблагоприятное положение дел, сделав свой подход к работе более гибким, энергичным и эффективным.

После окончания Второй мировой войны в Японии появилась строительная компания под названием «Мазуми-гуми». В то время в Японии наибольшую известность имели пять крупнейших строительных компаний: Кадзима, Симизу, Такенака, Тайсей и Омори, тогда как компания «Мазуми-гуми» была слабее и меньше по масштабам и не могла срав-

ниться с ними.

Руководитель компании, Камбе, глубоко переживал по этому поводу: каждый раз, когда он отправлялся на переговоры с клиентами, те долго пристально разглядывали его с подозрением, что вызывало у него сильное чувство дискомфорта. Он понимал: если не изменить это предубеждение клиентов по отношению к компании, то она никогда не сможет занять лидирующие позиции на рынке, а будет вынуждена зависеть от чужого милосердия, смотреть на чужое лицо и униженно просить о выживании; даже те сделки, которые казались стопроцентными, могли быть легко перехвачены конкурентами.

Тогда он хитроумно пошёл на рискованный шаг: направил людям, чтобы те перечислили крупные суммы на рекламу в ведущие японские газеты и журналы, потребовав, чтобы в будущих репортажах и рекламных материалах его компанию ставили в один ряд с теми пятью крупными компаниями, объединяя их под общим названием «Шесть крупнейших строительных компаний».

Реклама «шести крупнейших строительных компаний» вскоре появилась в прессе; те, кто был в курсе дела, подвергали Камибе всевозможным насмешкам, но он делал вид, что ничего не замечает. Вскоре реклама «шести крупнейших строительных компаний» набрала обороты, и многие, не знавшие истинного положения дел, поверили в это и стали рассматривать его компанию как одну из ведущих круп-

ных строительных компаний Японии.

Несмотря на то что внутри компании многие были весьма обеспокоены его саморекламой, его план всё же принёс отличный результат. Благодаря репутации «шести крупнейших строительных компаний» всё больше клиентов приходило к нему, привлечённые славой.

Камибе требовал от каждого сотрудника компании проявлять высокий профессионализм и чувство ответственности, обеспечивать безупречное выполнение своей работы и делать так, чтобы каждый клиент приходил довольным и уходил удовлетворённым. Благодаря радушному и внимательному обслуживанию репутация компании стремительно росла, масштабы производства постепенно расширялись, и вскоре она превзошла некоторые другие компании, которые были сильнее её самой.

Прошло три года, и строительная компания «Мазуми» стала достаточно сильной, чтобы стоять на равных с «пятью крупнейшими строительными компаниями» и стать по праву шестой по величине строительной компанией Японии. К этому моменту уже никто не осмеливался иронизировать над Камибе.

Таким образом, Камибе обеспечил компании инициативу, позволил ей выделиться среди компаний аналогичного масштаба и поставить себя в один ряд с компаниями первого ряда. Хотя его рекламные кампании и вызывали подозрения в обмане, его намерения были благими: его целью было не

производство поддельной или некачественной продукции, а стремление завоевать лучшую репутацию и полностью взять судьбу в свои руки.

Небо меняется, земля меняется, эпоха меняется, и только следуя за течением времени, своевременно корректируя свои подходы к ведению бизнеса и принимая мудрые решения с опережением времени, можно надолго удержать инициативу, извлекать выгоду и избегать ущерба, а также постоянно добиваться новых побед в новых сферах.

Джим Кэмп Джилли — известный американский предприниматель, чья компания специализируется на производстве мужских бритв и занимает значительную долю мирового рынка; примерно половина мужчин в мире пользуется его продукцией, что приносит ему огромную прибыль.

Однако его путь к успеху в бизнесе был далеко не гладким. В 16 лет он бросил школу и начал зарабатывать на жизнь, и вплоть до 40 лет работал на других, будучи скромным коммивояжером, постоянно находящимся в разъездах.

Работа коммивояжера была очень тяжёлой: она не только требовала постоянной занятости и изнурительного труда, но и обязывала постоянно приспосабливаться к настроениям других людей, что причиняло ему огромные страдания. Он всем сердцем мечтал изменить свою судьбу и взять инициативу в свои руки, но как этого добиться? Он не имел ни малейшей уверенности в этом.

Позже он заметил, что мужские бритвы очень неудобны,

и ему пришла в голову идея: разве не сможет он разбогатеть, разработав новую, удобную в использовании бритву, и таким образом жить так, как ему хочется?

Тогда он сразу же приступил к делу, увлеченно занимаясь разработкой у себя дома, и, благодаря неустанным усилиям днем и ночью, ему наконец удалось изобрести новую бритву. В 1902 году он основал собственную компанию «Джилли», которая приступила к полномасштабному производству.

Однако начало оказалось неудачным: результаты продаж за первый год были просто плачевными. За весь 1902 год он продал всего 51 бритвенную ручку и 168 лезвий. Почему так произошло? Его бритва была высокого качества и превосходила старые модели не в сто, а в тысячи раз. В чём же заключалась проблема?

Проведя рыночное исследование, он обнаружил, что не до конца понимал законы рынка и ещё не взял полную инициативу в свои руки: реклама продукта была недостаточной, и многие люди не знали о его превосходных характеристиках; цена была установлена несколько завышенно, и люди не хотели платить столько; кроме того, большую роль играли привычки потребителей: долгое использование старых бритв привело к тому, что они стали для всех чем-то само собой разумеющимся, и люди не хотели принимать новинки.

Осознав эту ситуацию, он решительно принял меры по исправлению положения: он постарался снизить цену на продукцию, а также стал бесплатно раздавать покупателям под-

ставки для бритв; с подставками клиенты, естественно, будут возвращаться снова и снова, чтобы покупать у него лезвия на постоянной основе; одновременно он усилил рекламу продукции — в газетах и журналах, на уличных рекламных щитах повсюду появились объявления о продукции «Джилет».

В результате покупатели стали массово приходить в магазин, его продажи пережили обнадеживающий поворот, и бизнес начал процветать.

Началась Первая мировая война, которая для многих предпринимателей стала разрушительной катастрофой. Однако он уже давно осознал секрет удержания инициативы и, тщательно обдумав ситуацию, пришёл к выводу, что настал момент, когда открываются выгодные для него коммерческие возможности. Поэтому он немедленно связался с правительством США и предложил поставлять бритвы американским солдатам по особо выгодной цене.

Стремясь создать положительный образ американских военных в глазах народов всего мира, правительство США заказало у него огромное количество бритв для выдачи каждому солдату, и его продажи стали еще более бурными.

Война закончилась, но американские солдаты уже не могли обойтись без его бритв. Число его постоянных клиентов росло из года в год, пока его продукция, в конце концов, полностью не завоевала американский рынок. В 1931 году, когда он скончался от болезни, активы компании достигли рекордных 60 миллионов долларов — какое же это было чудо!

Каждый день, прожитый в обществе, приносит нам бесчисленные возможности и испытания. Действуя, необходимо твёрдо удерживать инициативу в ведении дел и надёжно держать свою судьбу и успех в карьере в своих руках.

8. Не раскрывайте всех своих козырей, чтобы соперники не могли вас предугадать

Золотое правило: настоящий мастер не раскрывает своих карт, а тот, кто их раскрывает, — не настоящий мастер!

Умение скрывать свои намерения — это одно из важнейших умений в искусстве «толстого черного» (гуйхэй), а также один из главных секретов успеха в достижении великих целей. Держите планы при себе, скрывайте свои цели за обыденными действиями и только когда настанет подходящий момент, действуйте решительно — такой подход к делу гарантирует вам неизменный успех.

Спекулянты, как правило, умело маскируются, оставаясь незаметными для соперников, что позволяет им обеспечить внезапность атаки: словно божественное воинство, они внезапно появляются перед противником, заставляя его врасплох.

Честер Лоз — американский богатый предприниматель, который начал с нуля и, благодаря всесторонней поддержке крупного магната Джане, быстро развился, в итоге поглотив фабрику самого Джане целиком; он был мастером «толстой черной» стратегии, скрывавшим свои истинные намерения.

Сначала Лоз открыл небольшой магазин, специализирую-

щийся на продаже носков, и в процессе ведения бизнеса познакомился с владельцем крупной фабрики по производству носков Джане. Позже он продал свой магазин и решил открыть собственную фабрику по производству носков, после чего вступил в переговоры с Джане, надеясь, что его сбытовая сеть поможет ему реализовывать продукцию.

Ранее Жанне всегда оказывал ему поддержку, но вскоре они должны были стать конкурентами в бизнесе, и если бы он продолжал вести себя так же, как раньше, это было бы равносильно тому, что он отдал бы свой бизнес другому, и он не был готов к этому.

Лоз намеренно преуменьшил значение своей продукции, заявив, что она незначительна — составляет не более одного процента от объёмов Джане — и не окажет существенного влияния на его бизнес. Кроме того, он заверил, что такая ситуация продлится недолго: как только его дело встанет на ноги, он начнёт заниматься продажами самостоятельно.

Добродушный Джане согласился и даже предложил ему использовать свой товарный знак, поскольку, будучи новичком, он вряд ли сможет быстро завоевать признание рынка, но Лоз отказался. Он был полон решимости производить конкурентоспособную уникальную продукцию, завоевать рынок под собственным брендом и заложить основу для будущего развития.

Носки были изготовлены, и он вновь обратился к Джане за помощью. Он выделил средства на рекламу и попросил

Джану разместить объявление, чтобы все узнали, что Джана будет заниматься сбытом его продукции. Джана, как всегда, помог до конца и снова без колебаний согласился.

Таким образом, благодаря авторитету Джане его продукция быстро завоевала рынок. Увидев, что дела идут отлично, он немедленно установил широкие связи с другими дистрибьюторами, чтобы его продукция еще быстрее и шире захватила рынок. Через год он снова взял в банке крупный кредит, увеличив прежние масштабы в три раза, что привело к значительному росту производственных мощностей и экономической эффективности.

В то же время он смело пошел в наступление и решительно поглотил несколько небольших фабрик по производству носков, что позволило ему еще больше расширить масштабы производства и занять все большую долю рынка.

Теперь настала очередь Джане испытывать мучения: его бизнес постепенно сокращался, прибыль неуклонно падала, а ещё больше его раздражало то, что среди поглощённых Лозем небольших фабрик было несколько, которые изначально принадлежали ему. Джане, в ярости, отправился к Лозу, чтобы высказать ему всё, что накипело. Лоз, вспомнив о всех тех благодеяниях, которые Джане оказал ему, почувствовал стыд и принял вынужденное решение: уйти из чулочного бизнеса и переориентироваться на производство одежды.

Лишившись сильного конкурента, Джане, казалось бы, следовало воспользоваться ситуацией и развернуть мас-

штабную деятельность. Однако Джане, всю жизнь прошедший в рыночной борьбе, явно постарел: масштабы производства расширились слишком быстро, и он уже не был способен вернуть былую мощь. Прибыльность фабрики продолжала снижаться, и, не имея иного выхода, он был вынужден принять решение о закрытии компании.

Узнав об этом, Лоз специально отправился к Джане и предложил ему выкупить его компанию; Джане пришлось смириться с этой суровой реальностью.

И вот тогда наконец-то стали ясны скрытые до сих пор спекулятивные приёмы Лоза. Он был очень уверен в своих управленческих способностях и однажды хвастался перед другими: «Я заинтересован в сотрудничестве с кем угодно, но при одном условии — они должны слушаться меня. Это может показаться немного нелогичным, но для партнёров в этом нет никакого вреда, потому что я не принимаю ошибочных управленческих решений».

Если соперник заранее узнает о ваших целях, он обязательно примет строгие меры предосторожности, и ваши действия столкнутся с большим сопротивлением, а вероятность успеха значительно снизится.

Только сохраняя хладнокровие, вы сможете не выдать своих эмоций, глубоко скрыть свои истинные мысли в душе, обмануть соперника видимостью покорности, завоевать его доверие, а затем незаметно для всех приступить к своим действиям — так вы сможете с лёгкостью реализовать свои

спекулятивные планы.

В 1936 году американская компания «Флинт» преодолела огромное расстояние и прибыла в Либерию в Западной Африке, где под лозунгом «помощи» открыла огромную каучуковую плантацию. Действительно ли у компании «Флинт» были столь благородные намерения? На самом деле это было не так.

Компания «Фирестоун» в основном производила шины, спрос на которые на рынке постоянно превышал предложение, поэтому потребность в каучуке была весьма велика. Однако в то время мировой рынок каучука находился под контролем британцев. Британцы то и дело повышали цены, что не позволяло компании «Фирестоун» получать большие объёмы дешёвого сырья, что существенно сказывалось на производстве.

Вице-президент компании «Филестоун», Филлистон П, следуя указаниям отца, возглавил делегацию, пересек океан и, затратив огромные средства, посетил многие страны мира с целью найти подходящую базу для добычи сырья и прорвать блокаду англичан.

В результате исследований он остановил свой выбор на Либерии, выразил либерийскому правительству готовность оказать бескорыстную помощь и без особого труда получил право на освоение и использование каучуковых плантаций.

Каучуковые плантации начали работать, и непрерывные поставки сырья полностью удовлетворяли потребности его

собственных заводов; кроме того, он открыл более шестидесяти заводов по всему миру, причём один из них был открыт совершенно открыто в самой Великобритании, что стало сильным ударом по британским каучуковым заводам и продемонстрировало им, что компании «Филестоун» больше не нужно смотреть на их милость!

В делах нужны уловки, и умение скрывать свои намерения — одна из них. Только когда всё готово и победа уже практически обеспечена, можно раскрыть свои истинные намерения — в этом и заключается спекуляция.

9. Создание ложных представлений, введение противника в заблуждение

Классический принцип: искусство ведения дел равносильно искусству нанесения ударов.

Создание иллюзии и умелое использование уловок, чтобы заставить противника расслабиться и тем самым выиграть для себя благоприятный момент, — это опыт, накопленный многими мастерами своего дела. Проницательные спекулянты давно освоили этот прием и применяют его с легкостью, заставляя людей, не знающих истины, попадаться на их уловки.

Пол Гетти — американский магнат, известный как «нефтяной король мира». Начав с скромных 500 долларов, к моменту своей смерти он накопил рекордные 6 миллиардов долларов, совершив настоящий чудо в истории предпринимательства.

С самого рождения он был любимчиком родителей: в то время отцу было уже 37 лет, а матери — 40, поэтому они обожали его безмерно. Чрезмерная избалованность привила ему множество вредных привычек, и в школе у него постоянно были плохие оценки, что очень разочаровывало родителей. Когда ему исполнилось 22 года, отец дал ему 500 долларов и сказал, что это капитал для его будущего бизнеса и что ему пора становиться самостоятельным. С того дня отец давал ему на жизнь всего 100 долларов в месяц, причём оговаривал, что будет делать это только в течение двух лет.

С этими 500 долларами в кармане он в одиночку отправился в город Талса в штате Оклахома, который называли «раем для авантюристов». Здесь в изобилии добывали нефть, и многие люди устремлялись сюда, мечтая о мгновенном обогащении и роя скважины повсюду. Он тоже присоединился к этой огромной толпе.

Он усердно изучал геологию и разъезжал по округе в поисках возможностей для добычи нефти. Но прошел год, а он так и не добился никаких результатов.

Однажды он услышал, что ферма Тейлора будет выставлена на аукцион, а под землёй этой фермы, скорее всего, залегают нефтяные запасы, и сразу же отправился на место, чтобы осмотреть её.

Он несколько раз обошел ферму и, опираясь на свой опыт, пришел к выводу, что запасы нефти там наверняка очень богатые. Однако многие нефтяники уже пронюхали об этом и

с жадным интересом пристально следили за этим участком, а у него было лишь ничтожное количество средств — как же ему удастся выиграть этот лот на аукционе?

Он долго обдумывал ситуацию и наконец придумал хитроумный план, чтобы сбить с толку конкурентов. Он пришёл в банк, где у него были сбережения, и, намеренно не раскрывая, кто является настоящим покупателем, попросил банк направить на аукцион одного из высокопоставленных сотрудников, чтобы тот делал ставки от его имени.

Благодаря своему красноречию ему наконец удалось убедить банк, и один из высокопоставленных сотрудников банка прибыл вместе с ним на место аукциона.

Аукцион начался, и высокопоставленный сотрудник банка первым поднял табличку с ценой. Все участники аукциона были крайне потрясены и стали гадать, что этот покупатель, должно быть, очень влиятельная личность.

Большинство людей, имевших кредитные отношения с банком, не осмеливались открыто участвовать в торгах с ним; а те, кто не имел с банком никаких дел, перед таким внушительным давлением также были вынуждены осторожно держаться в стороне.

Благодаря успеху этой спекуляции Пол неожиданно приобрел права на добычу нефти на этом участке по очень низкой цене, которая составляла всего треть от заявленной.

Через три месяца нефть начала добываться: за час добывалось 30 бочек, а одна бочка в то время стоила 2 доллара. По

таким расчетам, ежедневная прибыль составляла 1400 долларов.

Через три дня он перепродал этот участок земли, получив чистую прибыль в размере 12 000 долларов. На эти деньги он продолжил торговать нефтью, и его доходы росли. В 24 года он вернулся домой и сообщил отцу радостную новость: он уже заработал миллион долларов.

Многие предприниматели также являются мастерами спекуляции: чтобы извлечь для себя как можно больше выгоды, они прибегают к самым разнообразным уловкам, стремясь привлечь внимание клиентов.

В Лондоне, в Великобритании, был небольшой ювелирный магазин, который из-за недостатка финансовых ресурсов оказался в крайне тяжелом положении в условиях рыночной конкуренции и был на грани закрытия. Владелец не мог смириться с этим и упорно искал возможность изменить эту неблагоприятную ситуацию.

И вот в это время в Великобритании произошло знаменательное событие: принц Чарльз и принцесса Диана устроили необычайно торжественную свадьбу, которая стала сенсацией во всем мире. Владелец быстро придумал выход из положения: он немедленно послал людей по всем улицам и переулкам Лондона на поиски красавицы, внешне очень похожей на принцессу Диану. Судьба была к нему благосклонна, и он наконец-то добился своего — нашел такую девушку. Затем он поручил специалистам с особой тщательностью причесать

и нарядить её, превратив в точную копию принцессы Дианы, и нанял её в качестве элитной модели для проведения уникальной маркетинговой акции.

Его ювелирный магазин сразу же преобразился: «поддельная» принцесса Диана, приехавшая на роскошном лимузине, чтобы выбрать товары, мгновенно вызвала огромный ажиотаж. Множество людей собралось посмотреть на это зрелище, что привело к серьезным пробкам на дорогах; услышав об этом, полиция поспешила на место, чтобы навести порядок. Репортеры телеканалов также поспешили туда и подготовили репортажи.

Так ювелирный магазин обрёл широкую известность: люди устремились сюда за ювелирными изделиями, дела шли как никогда хорошо, и владелец хохотал от радости.

Создавая в процессе работы целую серию ложных представлений, можно быстрее достичь своей цели.

Всемирно известная компания PSLG в начале своего существования производила совершенно обычное мыло. Производимое ею мыло практически не отличалось от мыла других производителей: состав был практически одинаковым, а характеристики — сопоставимыми. Как же занять абсолютное лидерство на рынке?

Основатель компании Прост долго размышлял и придумал гениальный ход: он изменил цвет мыла на белый, что создало яркий контраст с грубым и чёрным мылом других производителей. Кроме того, он оригинально назвал своё мыло

«слоновой костью», чтобы подчеркнуть его нежную текстуру и белоснежный вид.

Одновременно с этим он развернул грандиозную рекламную кампанию, создав множество ранее невиданных форм рекламы, таких как комиксы, акции по сбору упаковочной бумаги в обмен на призы, привлечение учёных для проведения лабораторных исследований и т. д. Эти методы усилили рекламный эффект и превратили обычное мыло в «короля очищения» в глазах потребителей.

До него реклама никогда не использовалась с такой размахом; он открыл новую эру в рекламе и в конечном итоге превратил свою компанию в международный конгломерат необычайных масштабов, добившись невообразимого успеха.

Достаточно было лишь изменить внешний вид, чтобы обычное мыло выделилось из общей массы и быстро завоевало рынок — какая гениальная стратегия! Умелое создание иллюзий и запутывание внимания весьма полезно для нашей рыночной конкуренции; участники рынка должны уделять этому больше внимания, чтобы добиться лучших результатов.

10. В делах победа зависит от скорости: в военном деле главное — молниеносная скорость, позволяющая опередить противника

Золотое правило: «В военном деле главное — молниеносная скорость» — это изречение, которым руководствуются

спекулянты.

Возможности не ждут, а в конкуренции важна именно молниеносная скорость. Нанеся удар с скоростью молнии, можно опередить конкурентов, занять выгодную позицию и укрепить своё преимущество в конкурентной борьбе.

При выполнении дел необходимо учитывать временные затраты. Под временными затратами понимается соотношение вложенного времени и полученного результата. Очевидно, что чем больше времени вложено, тем выше будут временные затраты. У каждого человека временные затраты индивидуальны: высококвалифицированные специалисты работают с высокой эффективностью, и их временные затраты в несколько раз ниже, чем у других.

В военном деле важна молниеносная скорость: только действуя с максимальной быстротой, можно опередить соперника, первым занять выгодную позицию, нанести сопернику мощный удар и одержать победу.

Аманфа Хаммер — известный американский предприниматель, прозванный «доктором-универсалом». Он успешно пробовал свои силы в таких отраслях, как антиквариат, виноделие, животноводство и нефтяная промышленность, и во всех них добился впечатляющих успехов. Кроме того, он смело отправился в незнакомый ему Советский Союз, где заключил множество сделок, был назван Лениным «красным капиталистом» и накопил миллиардное состояние.

Хаммер обладал врождённым талантом к бизнесу: в 18 лет

он уже стал первым миллионером среди студентов. В 1921 году, когда Хаммеру было всего 23 года, он принял сенсационное решение — отправиться в Советский Союз для ведения бизнеса.

Его решение, с точки зрения американцев того времени, несомненно, казалось совершенно безумным: одни доброжелательно отговаривали его, другие злобно высмеивали, а третьи даже смело утверждали, что его поступок равносителен «походу на Луну».

Но Хаммер остался верен своим принципам и ни на йоту не отступил. Он увидел, что только что образованный Советский Союз испытывал острую потребность в самых разных товарах, и именно это стало важным условием для того, чтобы он преодолел огромное расстояние и заключил крупные сделки. Решив что-то, он сразу же приступил к делу, ведь в военном деле важна скорость: он немедленно организовал передвижной госпиталь, взял с собой большое количество медицинского оборудования и лекарств и с грандиозным размахом отправился в Советский Союз.

В то время в Советском Союзе царил дефицит продовольствия и медикаментов, бушевали эпидемии, а по полям валялись трупы голодающих. Хаммер безвозмездно передал Советскому Союзу привезённое им медицинское оборудование на сумму 100 тысяч долларов для спасения страдающего от болезней советского народа, чем заслужил всеобщее признание со стороны советского правительства и народа и заложил

прочную основу для своей дальнейшей коммерческой деятельности в этой стране.

Голод распространялся по территории Советского Союза, и Хаммер, воспользовавшись моментом, смело пошел на спекуляцию: он ввез из США пшеницу на сумму 1 миллион долларов и продал её советскому правительству в кредит. В мгновение ока он стал почетным гостем советского правительства; Ленин лично принял его, высоко оценил его заслуги и даже предоставил ему специальную лицензию на ведение промышленной и коммерческой деятельности в Советском Союзе, что создало ему огромные удобства для ведения ещё более крупных дел.

В результате неисчислимы природные ресурсы Советского Союза щедро открылись перед ним, и он получил полную свободу их добычи, а огромные богатства непрерывно стекались к нему.

Увидев, что в Советском Союзе наблюдается острая нехватка карандашей, а спрос превышает предложение, он быстро приступил к действиям и открыл фабрику по производству карандашей, удовлетворив потребности советского рынка; уже в первый год после ввода в эксплуатацию он получил чистую прибыль в размере 1 миллиона долларов.

Увидев, что в Советском Союзе имеется огромное количество уникальных антикварных предметов и произведений искусства, он не упустил возможности их приобрести, а затем перевез их в США для проведения выставок, которые

имели беспрецедентный успех. В первую неделю выставки в Сент-Луисе её посещали в среднем более 2000 человек в день, а доход от продажи билетов достигал нескольких сотен тысяч долларов. А учитывая, что в то время США переживали период Великой депрессии, его успех нельзя не назвать чудом.

Он часто курсировал между США и Советским Союзом, успешно наладил деловые связи между более чем 30 крупными американскими компаниями и Советским Союзом, а также стал представителем в Советском Союзе таких известных компаний, как «Форд» и «Айча Машины и Оборудование», пользовался популярностью как на Западе, так и на Востоке и накопил огромное состояние.

В серии предпринятых им действий мы видим огромный успех стратегии «В военном деле важна молниеносная скорость». Всегда опережая других: когда остальные ещё не успели отреагировать на открывшуюся возможность, мы уже приступили к решительным действиям; когда другие хотели предпринять аналогичные шаги, мы уже довели дело до конца.

11. Отступление как шаг вперед: мнимое отступление, реальное продвижение

Классический принцип действий: отступление ради наступления — отступление не является целью, а лишь средством. Отступление необходимо для накопления сил, поиска возможностей и более эффективного наступления.

«Уход — лучший выход» не означает слепое отступление; цель отступления — накопить силы, найти возможности и лучше продвинуться вперед. Поэтому понимание этой стратегии следует сосредоточить на «отступлении как средстве продвижения», и в процессе отступления постоянно думать о том, как лучше продвинуться вперед.

То же самое относится и к решению дел. Независимо от того, каким образом происходит отступление, оно направлено на то, чтобы лучше сохранить силы, чтобы в будущем найти более благоприятную возможность и снова добиться успеха.

Иными словами, «отступление» — не цель, а лишь средство; конечной целью «отступления» по-прежнему является «продвижение». Искусство «отступления» заключается в умении трезво оценивать ситуацию, принимать решительные меры и, исходя из конкретных обстоятельств, определять подходящий момент для ухода и выбирать подходящий путь отступления. Только так можно избежать более значительных потерь и достичь цели максимального сохранения своих сил для нового взлета.

В 1950-х годах Лю Вэньхан занимался торговлей автозапчастями в Гонконге. В то время рынок был чрезвычайно вялым, его бизнес не приносил никаких успехов, и у него постепенно зародилась мысль уйти из этого бизнеса и найти другой выход.

В том же году он отправился в США с ознакомительной

поездкой и обнаружил, что американская молодёжь проявляет особый интерес к парикам. Дело в том, что движения против войны во Вьетнаме и против расовой дискриминации привели к социальным потрясениям в американском обществе, в результате чего появилось движение «хиппи», главными чертами которого были стремление выделиться из толпы и циничный взгляд на жизнь. Эти «хиппи» любили носить длинные волосы и парики, и так начался расцвет индустрии париков.

Но, к сожалению, в США было очень мало производителей париков, что привело к ситуации, когда спрос превышал предложение, а цены оставались высокими — это был один из самых востребованных товаров того времени. У Лю Вэнь-хана зародилась идея: разве это не отличная рыночная возможность?

Вернувшись в Гонконг, он решил посвятить себя разработке париков. Однако ему не хватало навыков их изготовления, и работа зашла в тупик. Неужели ему пришлось бы так просто сдаться? Нет, он должен был добиться успеха в этом деле!

Он повсюду искал мастеров по изготовлению париков. После долгих поисков он нашел мастера-ветерана, специализировавшегося на изготовлении париков и накладных бород для актёров. Для него это было настоящей находкой. Он пригласил мастера к себе и, работая вместе с ним, наконец-то успешно разработал первый в мире «аппарат для плетения

париков».

Он немедленно закрыл свой магазин автозапчастей и начал с полной самоотдачей заниматься производством париков. В конце концов он произвёл фурор и стал всемирно известным «королём париков». К концу 60-х годов статус индустрии производства париков снова достиг небывалого роста, став одной из четырёх основных экспортных отраслей Гонконга.

Стратегия Лю Вэньхана «отступить, чтобы продвинуться» является ярким примером успешного ведения бизнеса. Только умея правильно оценивать ситуацию, тщательно продумывая способы «отступления» и определяя направление «продвижения», можно действовать решительно, опережать конкурентов на рынке и добиваться успеха.

Огромная прибыль в индустрии париков привлекла бесчисленное количество предпринимателей. Увидев это, Лю Вэньхань решил, что ему следует немедленно уйти из этого бизнеса. Поэтому он продал все свои фабрики по производству париков, увез с собой огромную сумму денег в свою родную Австралию и начал заниматься производством вина. Вскоре он стал известным австралийским виноделом.

Факты доказали, что и на этот раз его стратегия «отступления как шага вперёд» оказалась совершенно верной: вскоре после его ухода «парик-бум» на американском рынке стремительно пошёл на спад, мировой рынок париков погрузился в застой, а многие гонконгские производители па-

риков один за другим обанкротились.

Умелое применение стратегии «отступления ради прорыва», своевременная корректировка в соответствии с изменением ситуации и решительная смена стратегии действий позволяют эффективно избегать рисков, сохранить уже достигнутые успехи, мощно укрепить свой экономический потенциал и открыть путь к еще более блестящему развитию на следующем этапе.

Во время золотой лихорадки молодой человек по имени Дэвид преодолел тысячи миль, чтобы добраться до Запада США, мечтая раскопать золоторудник и стать миллионером в одночасье.

Но, к сожалению, у него не было ни навыков, ни средств; он просто беспорядочно суетился, но ничего не добился. Он был беден, уставший, голоден и жаждал, и больше не мог так продолжать.

Что же делать? Он сел в одиночестве в стороне и спокойно обдумывал, как выйти из этой ситуации. Идея разбогатеть на золоте была заманчивой, но для него она явно была нереальной, поэтому он решил решительно отказаться от этой затеи.

Он долго размышлял и вдруг придумал способ заработать: продавать воду. Золотоискатели, проработав целый день, были измучены и испытывали сильную жажду — какой же это был бы наслаждение, если бы они могли глотнуть воды!

Тогда он стал привозить дешёвую воду из далёкого город-

ка и продавать её золотоискателям. Не ожидал, что торговля водой пойдёт на удивление хорошо: как только его видели, золотоискатели бросали инструменты, покупали у него воду и пили её большими глотками.

Хотя золотоискатели не могли обойтись без его воды, они в целом относились к его деятельности с насмешкой. Ведь все они проделали такой долгий путь, чтобы разбогатеть, как же можно заниматься таким мелким делом? Это было слишком мелко.

Он оставался невозмутимым перед их насмешками и не обращал внимания на редкие новости о тех, кто разбогател на добыче золота. Он сосредоточился исключительно на том, чтобы хорошо продавать свою воду. Постепенно, день за днём, его состояние росло.

Когда большинство золотоискателей уезжали с пустыми руками, он уже стал настоящим миллионером.

Уйти из отрасли, не сулящей прибыли, и решительно перейти в другую, многообещающую — какими же заманчивыми должны быть тогда доходы!

Американский автомобильный магнат Форд однажды оказался в чрезвычайно сложной ситуации в сфере производства и управления. Продажи его флагманской модели «Модель Т» неуклонно падали, а другие автопроизводители, уделяя огромное внимание разработке новых моделей, оказывали на его компанию сильное давление, что вынудило его искать новые пути развития.

Многие давали ему советы, предлагая перейти на производство автомобилей других типов. Однако он вел себя необычайно спокойно, хладнокровно наблюдая за последними тенденциями рынка и организовав научно-исследовательский персонал для секретной разработки нового автомобиля.

Кроме того, он выделил средства на покупку партии старых судов, разобрал с них металлолом и переплавил его в сталь для дальнейшего использования. Этот шаг значительно снизил производственные затраты компании.

Когда все было готово, он решительно объявил о полном прекращении производства автомобилей модели «Т». Эта новость поразила всех: никто не мог представить, что он откажется от своего флагманского продукта, так что же он собирался делать?

Прошло полгода, и на рынке появился новый автомобиль модели «А», который очень быстро завоевал популярность во всем мире благодаря ярким цветам, элегантному дизайну и низкой цене, что полностью изменило сложившуюся в компании ситуацию.

В бизнесе мы часто сталкиваемся с множеством неожиданных трудностей. Если вступать в жесткую борьбу с прямым конкурентом, скорее всего, не удастся достичь желаемого результата. Вместо этого лучше сначала отступить и поискать другой выход — тогда все проблемы, как правило, решаются сами собой.

Американский магнат Хаммер, прозванный «универсальным бизнесменом», с помощью своей компании «Вестерн Ойл» обнаружил в восточной части Сан-Франциско значительные запасы природного газа. Вложив в проект 20 миллионов долларов, он наконец добился добычи газа. Запасы газа оказались весьма обширными — вторыми по величине в Калифорнии — и, несомненно, должны были принести ему значительную прибыль, чем он был чрезвычайно доволен.

Он немедленно отправился в компанию «Pacific Gas and Electric», намереваясь заключить с ней долгосрочный контракт на продажу природного газа. Но он и подумать не мог, что со стороны компании ему сообщат: они уже проложили газопровод из Канады, и поставляемый из Канады газ полностью удовлетворяет потребности их компании, поэтому нет необходимости покупать газ у Хаммера.

Хаммер мгновенно оказался в затруднительном положении: неужели его высококачественный природный газ не найдет покупателя? Неужели его инвестиции в размере 20 миллионов пойдут насмарку? Он долго размышлял и, наконец, придумал удачный план «отступить, чтобы наступить».

Он знал, что газ компании «Пасифик» в основном поставляется в Лос-Анджелес, поэтому немедленно отправился в городской совет Лос-Анджелеса, где подробно рассказал членам совета о качестве своего газа и заявил, что построит газопровод, идущий прямо в Лос-Анджелес, чтобы поставлять газ городу по цене, значительно ниже, чем у компании

«Пасифик», и гарантировал стопроцентное удовлетворение потребностей.

Городской совет Лос-Анджелеса немедленно созвал заседание для обсуждения этого вопроса и вскоре принял резолюцию о принятии газа от Хаммера. Когда эта новость дошла до «Pacific Company», в компании воцарилась паника: они ни в коем случае не ожидали, что Хаммер прибегнет к столь коварной уловке, стремясь погубить компанию. Они немедленно отправились на переговоры с Хаммером, неоднократно искренне извинялись и заявили, что полностью принимают условия Хаммера и выкупят весь его природный газ.

Хаммер изначально не собирался вкладывать огромные средства в строительство еще одного газопровода; увидев, что его цель достигнута, он воспользовался моментом, чтобы ужесточить условия продажи и вовремя остановиться на достигнутом.

Оказавшись в неблагоприятной ситуации, Хаммер сначала осуществил стратегическое отступление, а затем решительно нанёс удар по уязвимым местам противника, тем самым полностью разгромив его. Это успешный пример умения принимать решения в критический момент и правильно выбирать тактику наступления и отступления, который стоит изучить и взять на вооружение.

Глава 3. Умелое поклонение перед Буддой

— Как правильно найти баланс между просьбой и хитростью

Если просить у Будды с искренним сердцем, то это работает; если просить у человека с искренним сердцем, то это не всегда работает. Конечно, прося, нужно быть искренним, но этого недостаточно — нужно ещё уметь действовать с умом. Проще говоря, нужно использовать приемы, чтобы добиться своего, как гласит пословица: «Курь ладан, поклоняйся Будде, ловко кланяйся».» В отношении некоторых людей искренность и улыбка не всегда могут их убедить; вам нужно применять «сильное лекарство» в соответствии с ситуацией. Для тех, кто поддается мягкости, а не жесткости, нужно потакать их пристрастиям и льстить; для тех, кто поддается жесткости, а не мягкости, нужно сочетать обман с угрозой, «стучать по горе, чтобы напугать тигра»; для тех, кто не поддается ни мягкости, ни жесткости, можно настойчиво приставать и долго уговаривать. Если вы знаете, как правильно просить, это проще простого; если же нет — задача становится крайне сложной. Поэтому, обращаясь к кому-то с просьбой, нужно проявлять тактичность и ловкость, но при этом важно соблюдать меру и ни в коем случае не давить на

человека слишком сильно!

1. Настойчиво, но не назойливо, просите с улыбкой

Золотое правило: когда просите о чем-то, нужно быть настойчивым, но при этом демонстрировать искренность; нужно мягко настаивать, но так, чтобы собеседник не почувствовал, что вы «назойливы».

Хейс — известный оратор из штата Огайо, США. Он до сих пор помнит ситуацию, произошедшую 30 лет назад, когда он был еще совершенно неопытным и нервным стажером-продавцом, пытавшимся продать кассовый аппарат.

Один опытный наставник привёл Хейса в один из районов. Когда они вошли в небольшой магазин, владелец внезапно воскликнул: «Нам не нужны кассовые аппараты!» Наставник облокотился на прилавок и захихикал, словно только что услышал самую смешную историю в мире. Владелец магазина уставился на него.

Опытный коллега выпрямился, улыбнулся и извинился: «Я не смог сдержаться от смеха. Вы напомнили мне владельца другого магазина, который тоже сказал, что не заинтересован, а потом стал одним из наших лучших клиентов».

После этого опытный продавец с полной серьёзностью продолжил демонстрировать товар, который он предлагал. Каждый раз, когда владелец магазина говорил, что ему это неинтересно, он прятал голову в локтях и хохотал, а потом поднимал голову и рассказывал ещё одну историю о том, как кто-то, сначала заявив, что не заинтересован, в итоге купил

новый кассовый аппарат.

Все смотрели на них. Хейс в тот момент чувствовал себя крайне неловко. Он сказал себе: «Они подумают, что мы пара дураков, и выгонят нас». А тот опытный коллега просто продолжал хохотать, пряча голову в локтях, а потом снова поднимал голову, превращая каждый отказ владельца магазина в свой юмористический анекдот.

Как ни странно, через некоторое время они занесли в магазин новый кассовый аппарат. Друг Хейса с видом знатока объяснил владельцу, как им пользоваться, и в конце концов тот действительно купил его!

Вот такой успех приносит искусство просить, пронизанное наглостью и спекулятивностью. Ведь не обращать внимания ни на смех, ни на ругань — вот ключ к успеху в просьбах. Настойчивые нападки и насмешки часто вызывают достойный отпор со стороны людей с сильной волей.

Чтобы справиться с неловкостью при просьбах, смех и юмор — лучшие средства, смягчающие наглость. Как гласит пословица: «Не быют по улыбающемуся лицу», — тому, кого донимают, трудно показать недовольство, и это является благоприятным условием для продолжения попыток.

Большинство людей испытывают необъяснимую симпатию к тем, кто улыбается. Светлое лицо дарит чувство безопасности; мрачное выражение лица всегда вызывает чувство недоверия, отвращения или угрозы. Поэтому мы не можем не обращать внимания на то, не выглядим ли мы мрач-

но. По возможности всегда старайтесь сохранять светлую улыбку. Если так продолжать, собеседник, скорее всего, поддается вашему влиянию и согласится на вашу просьбу.

Трое студентов пошли вместе в бар, чтобы, выпив пива, показать, что они уже взрослые. Официантка попросила их сначала предъявить удостоверения личности, но двое из них ещё не достигли установленного законом возраста совершеннолетия. Что же делать? Им пришлось порыться в карманах, пощупав то здесь, то там, и сказать: «Мы забыли взять с собой удостоверения личности. А можно ли использовать читательские билеты из университета?»

Официантка улыбнулась и крикнула официанту, обслуживающему бар: «Бутылку пива и две книги!»

Иногда даже если в поведении есть нотка «нахальства», можно встретить терпимость и понимание.

Адмиралы ВМС Германии, США и Великобритании обсуждали, что такое настоящее мужество.

Немецкий адмирал сказал: «Я расскажу вам, что такое мужество». Сказав это, он позвал одного матроса: «Видишь тот флагшток высотой 100 метров? Я хочу, чтобы ты взобрался на вершину, отдал честь, а потом прыгнул вниз!» Немецкий матрос тут же подбежал к флагштоку, быстро взобрался на вершину, красиво отдал честь, а затем прыгнул вниз.

«О, просто великолепно!» — похвалил американский адмирал. Затем он отдал приказ одному из американских мат-

росов: «Видишь тот флагшток высотой 200 метров? Я хочу, чтобы ты взобрался на вершину, дважды отдал честь, а затем прыгнул вниз». Американский матрос блестяще выполнил приказ. «Ах, господа, это было поистине незабываемое зрелище».

Британский генерал сказал: «Но теперь я хочу рассказать вам, как мы в Королевском флоте понимаем мужество». Он приказал одному из матросов: «Я хочу, чтобы ты взобрался на вершину того флагштока высотой 300 метров. Сделай три салюта, а потом прыгни вниз».

«Что, вы хотите, чтобы я сделал такое? Сэр, вы, должно быть, сошли с ума!» — воскликнул британский матрос, широко раскрыв глаза. «Смотрите, господа, — с гордостью сказал британский генерал, — вот что такое настоящая храбрость».

Те, кто в совершенстве владеет искусством просить о помощи, знают: настойчивые уговоры легко вызывают неприязнь, однако если добавить немного юмора в качестве «смазки», собеседник, радуясь общению, неосознанно примет вас, что откроет хороший прорыв в деле.

2. «Потяни за один волос — и все тело задрожит»: как использовать пожилых людей и детей в своих интересах

Классический принцип: «Потяни за один волос — и все тело задрожит». Пожилые люди и дети — лучший прорыв при обращении с просьбой, а также лучшие объекты для манипуляций.

Когда вы просите кого-то об услуге, и этот человек находится в расцвете сил, в том возрасте, когда у него «сверху старики, снизу дети», то в случае необходимости можно пойти на хитрость. Например, «шептать на ухо» — умный ход, дающий сразу несколько преимуществ, или же пойти по пути пожилых людей и детей, обойдя цель окольным путем, сблизив отношения, что также является умным ходом, дающим сразу несколько преимуществ.

Почему пожилые люди и дети являются объектами манипуляций?

(1) К пожилым и детям легко найти подход

Пожилые люди из-за слабости физических сил часто отдыхают дома или, будучи на пенсии, не работают, не занимаются домашними делами и не имеют с кем поговорить, поэтому часто чувствуют себя одинокими. Если кто-то проявит инициативу и подойдет к пожилому человеку, даже если это лишь на время избавит его от одиночества, он, естественно, будет очень рад. Кроме того, психология показывает, что пожилые люди гораздо мягче и доброжелательнее, чем люди среднего и молодого возраста, и к ним легче найти подход.

Дети простодушны, любят все новое, любопытны и активны: достаточно прочитать им строчку из стихотворения династии Тан, рассказать сказку, сделать смешную гримасу или похвалить их, чтобы быстро завоевать их доверие.

(2) Пожилые люди и дети любят, когда к ним подходят

Вообще говоря, пожилые люди много видели и много зна-

ют, у них богатый жизненный опыт, а в их душевном хранилище накопилось огромное количество эмоциональных и рациональных «плодов опыта». При любой возможности они всегда с удовольствием начинают бесконечно рассказывать, надеясь повлиять на молодое поколение, тронуть его и получить хотя бы небольшое утешение от размышлений о жизни.

На самом деле, пожилые люди, которые долгие годы проводят дома, имеют очень мало возможностей для таких бесконечных рассказов и передачи опыта, поэтому в физическом и психологическом плане они проявляют максимальную доброжелательность и простоту. Особенно по отношению к молодым людям они всегда с удовольствием идут на контакт и с энтузиазмом вступают в разговор.

Что касается детей, то если вы искренне относитесь к ним с детской непосредственностью и дарите им новые впечатления и радость, они сразу же начнут восхищаться вами как «королём веселья» или «героем» и будут стремиться к вам.

Одним словом, по особым физиологическим и психологическим причинам пожилые люди и дети рады вашему общению.

(3) С помощью пожилых людей и детей можно создать гармоничную атмосферу во всей семье

Пожилые люди — это старшие, а у китайцев существует традиция уважать, почитать и заботиться о них. Если пожилые люди чувствуют себя счастливыми и довольными, вся семья становится более активной и радостной.

Кроме того, китайцы придают огромное значение продолжению рода и считают детей будущим семьи. Это касается дедов, а тем более — отцов. К тому же в современных семьях дети зачастую являются «единственными чадами», и домашние еще больше балуют и обожают их. Если вы сможете поиграть с ребенком и доставить ему радость, гармония в семье возникнет сама собой.

Во время Второй мировой войны Леви управлял в США компанией по импорту и экспорту фильмов. У него был подчиненный по имени Фрэнк, специалист по системам внутренней связи, который отличался вспыльчивым характером и постоянно вступал в споры с окружающими, не исключая даже самого Леви.

Однажды из-за какой-то проблемы с экспериментом Фрэнк вступил в ожесточенную перепалку с другим помощником из исследовательской группы. Он пришёл в ярость, стал бить по столу и швырять вещи; когда Леви подошёл, чтобы успокоить его, тот обрушился на него с ругательствами. В тот момент, когда они уже не могли успокоиться, в лабораторию зашла маленькая дочь Фрэнка. Увидев, как отец пришёл в ярость, девочка испугалась и заплакала.

Увидев это, Фрэнк перестал обращать внимание на ссору и поспешил к дочери, улыбаясь и утешая её.

Увидев эту сцену, у Леви вдруг промелькнула мысль: хотя Фрэнк никого не выносил, к младшей дочери, которая осталась с ним, он был безгранично снисходителен и считал её

сокровищем. Несложно было понять, что эта дочь была его главной душевной опорой.

Чтобы Фрэнк мог вести полноценную душевную жизнь, Ливи сразу же снял для него очень красивый дом недалеко от компании, чтобы тот мог постоянно жить вместе с дочерью.

На самом деле у Ливи было очень мало средств, и в таких условиях он сдавал жилье для Фрэнка, из-за чего тот чувствовал себя очень неловко. Поэтому, несмотря на то что Ливи неоднократно убеждал его переехать в новое жилище, он упорно отказывался.

Ливи сказал: «Переезжать или нет — боюсь, это уже не тебе решать».

«Что?» — повысил голос Фрэнк. — «Я сам не хочу переезжать, а ты смеешь меня заставлять?»

«Конечно, я не осмелюсь тебя заставлять, но твоя дочь Энни уже приняла решение за тебя», — продолжил Ливи. «Она говорит, что ты в плохом настроении, легко выходишь из себя, а это вредно для здоровья. Если бы она могла жить поблизости и ухаживать за тобой, ты бы не выходил из себя. Сначала я тоже не мог определиться, но маленькая Энни в конце концов сказала: „Как же жалко моего папу, я не могу больше позволять ему терпеть одиночество“».

Услышав эти слова, глаза Фрэнка наполнились слезами, и в конце концов он согласился с предложением Ливи и переехал в новую квартиру.

Ливи потратил немало денег на аренду квартиры для Фр-

енка, но значение этого переезда было гораздо выше, чем эта сумма. В момент, когда Ливи испытывал финансовые затруднения, он всё же счёл счастье Фрэнка важнее денег, и это не могло не вызвать у Фрэнка глубокой благодарности, из-за которой он с радостью согласился работать на Ливи.

Когда просите о помощи или пытаетесь извлечь выгоду из пожилых людей и детей, следует обратить внимание на несколько моментов:

Во-первых, нужно больше узнавать и накапливать знания о пожилых и детях

Чтобы понять пожилых людей и детей, помимо эмоциональных исследований и наблюдений, следует в повседневной жизни целенаправленно накапливать рациональные знания — например, через газеты, журналы, телевидение и кино — о фитнесе для пожилых, досуге, детских играх и развивающих рассказах, чтобы в нужный момент «использовать подходящий момент и развить тему».

Во-вторых, нужно активно налаживать контакт и вести непринужденную беседу

Разговор — это самое прямое средство обмена информацией в общении. Придя в семью и увидев пожилых людей и детей, чтобы с самого начала создать дружескую атмосферу, как будто вы знакомы давно, гость должен сам инициировать разговор и завязать беседу, а не ждать, пока хозяева (пожилые люди или дети) будут искать темы для разговора и с трудом отвечать на вопросы. Ведь в первые минуты зна-

комства гость, будучи психологически подготовленным, легче находит подходящие темы для разговора. Кроме того, для пожилых людей ваша инициатива в разговоре является проявлением уважения, а для детей — знаком близости, помогающим избавиться от чувства незнакомства.

В-третьих, следует проявлять осторожность и не допускать небрежности

В отношении пожилых людей необходимо проявлять скромность, доброту и вежливость. С одной стороны, это демонстрирует вашу открытость и искренность, а с другой — уважение и почтение к старшим. Недопустимо вести себя так, чтобы после пары-тройки фраз перейти к саморекламе и «отстранить» пожилого человека в сторону; в результате вы рискуете столкнуться с холодным приёмом или даже быть выдворенным.

Дети по своей природе послушны, но так же легко радуются, как и плачут; малейшее несоответствие их ожиданиям может вызвать «бурю в стакане воды». Поэтому, общаясь с детьми, необходимо учитывать их настроение и обстановку, подыгрывать их интересам и соблюдать меру. Нужно обмениваться искренностью и детскую непосредственность на радость, проявлять доброжелательность, но ни в коем случае не смотреть на них свысока, не притворяться и не быть фальшивым.

3. Искусно льстить, используя тщеславие, чтобы добиться чего-либо

Золотое правило: Любовь к похвалам — это врождённая черта человека, а тщеславие — слабость человеческой натуры.

Эта слабость человеческой природы определяет, что люди не могут устоять перед лестью. Если вы просите кого-то об услуге, вам необходимо освоить искусство лести, при этом обязательно соблюдая меру.

В мирском обществе у тех, кто умеет делать комплименты, дела идут гладче. Когда человек слышит лесть, он всегда испытывает огромную радость, его лицо озаряется улыбкой, и он повторяет: «Да ладно, я не настолько хорош», «Вы действительно умеете говорить!». Даже если позже, остыв, он осознает, что собеседник просто льстил ему, он всё равно не сможет избавиться от этой радости в душе.

Ведь любовь к лести — это врождённая черта человека, а тщеславие — слабость человеческой природы. Когда вы слышите похвалу и восхваление со стороны собеседника, в душе возникает огромное чувство превосходства и удовлетворённости, и вы, естественно, с радостью следуете его советам.

Наверняка у каждого из нас был опыт покупки одежды на частных прилавках: когда вы примеряете одежду, продавец обязательно похвалит вас: «О! Как красиво! Вам очень идет, просто, элегантно и с изяществом. Вы выглядите на несколько лет моложе, чем раньше».

И хотя изначально вы не собирались покупать эту одежду, в итоге вы всё-таки её приобрели.

На следующий день вы чувствовали себя на высоте, но не прошло и двух часов, как порвалась одна из строчек, и образовалась большая дырка. И только тогда вы поняли, что добровольно попались на лестные слова другого человека.

Чтобы добиться успеха в делах, когда приходится обращаться к другим за помощью, в первую очередь нужно прояснить своё субъективное сознание и как можно скорее выработать привычку всегда хвалить окружающих. Как гласит пословица: «Привычка — вторая натура человека», «Привычка становится естественной», «Привычка становится характером». Когда хвалить других станет для вас привычкой, ваша способность решать дела соответственно повысится.

Метод «толстокожести и черносердечности» требует обязательного овладения искусством лести. Умение говорить и умение действовать дополняют друг друга. Если слова звучат приятно и попадают в цель, собеседнику будет легче принять ваши условия и требования; в противном случае даже самое простое дело может легко провалиться. Поэтому, чтобы научиться говорить лестные слова, необходимо научиться говорить приятные слова в соответствии с настроением собеседника. Умение говорить приятные слова в соответствии с настроением собеседника обычно называется похвалой или восхвалением. Чтобы добиться успеха в деле, нужно выбирать слова, которые приятно слышать собеседнику, — только так можно благополучно решить вопрос. Поэтому, прежде чем применять метод «толстокожего и черного» для

поощрения и обращения к другим, необходимо научиться говорить слова похвалы.

Практически все люди любят похвалу; их особенность часто заключается в том, что, когда они чувствуют себя неуверенно в каком-то деле, им чрезвычайно приятно видеть, как они проявляют себя в этих нелегких ситуациях и получают похвалу от окружающих. Когда вы восхваляете их за что-либо из тех дел, в которых они не уверены, это всегда приносит желаемый результат.

Граф Гисфилл говорил: «У каждого человека есть свои сильные стороны, или, по крайней мере, те, в которых он сам считает себя превосходящим других. То, в чём он видит своё превосходство, ему обязательно понравится».

Похвала и признание какой-либо черты собеседника означают утверждение этой черты. Если это достоинство, сильная сторона, приносящая пользу коллективу, вы можете без колебаний выразить свою похвалу. Собеседнику также необходимо через оценку окружающих осознавать свои достижения и положение в глазах других; когда его хвалят, его самолюбие получает удовлетворение, и он испытывает симпатию к тому, кто его похвалил. Ваш ум и талант нуждаются в признании, но если вы будете намеренно выставять себя напоказ перед собеседником, это может выглядеть напыщенно. В результате собеседник посчитает вас самонадеянным, высокомерным и надменным человеком, и психологически ему будет трудно с вами общаться, между вами не сложится вза-

имопонимания.

Научитесь говорить лестные слова — когда вам понадобится чья-то помощь, вы поймёте, насколько это полезно.

4. Умело просите о помощи, дарите подарки с умом

Золотое правило: лучше помочь в беде, чем украшать уже прекрасное.

Межличностные отношения — это сложная и тонкая наука, которую можно считать весьма практичной. Если не освоить её должным образом и не понимать принципа взаимности, то, скорее всего, ничего не удастся добиться или дела будут выполняться некачественно; как минимум, не удастся добиться успеха в важных делах.

Обращаясь к кому-то с просьбой, иногда действительно нужно действовать с умом, например, при выборе подарка. Но подарок должен быть уместным, а уловка — попасть в самую точку.

(1) «Подарок» нужно дарить правильному адресату

Выбор получателя подарка — это серьезная проблема. В повседневной социальной жизни немало людей ошибаются с выбором получателя: например, они дарят подарок, но дело так и не решается — потому что собеседник не играет ключевой роли, и даже если подарить подарок, это будет напрасным трудом.

Подарок нужно дарить ключевому лицу; нельзя дарить подарки слишком разрозненно, так как в этом случае они будут выглядеть незначительными и иногда не смогут сыграть

роль стимула для достижения выгоды. Мало того, если получателей будет слишком много, неизбежно возникнут слухи и утечка информации, что принесет делу сто вреда и ни одной пользы.

Поэтому перед тем, как дарить подарки, необходимо тщательно взвесить роль каждого «влиятельного человека», выяснить, кто обладает правом принятия решений по данному вопросу и играет ведущую роль. Подарок следует дарить тому, кто является ключевой фигурой в решении дела. Если подарок будет вручен по адресу, то дело, возможно, решится само собой. Напротив, если подарить подарок постороннему человеку, то соответствующего результата не будет.

(2) «Подарок» должен соответствовать вкусам получателя

Определившись с адресатом подарка, нужно подумать, что именно подарить. Под «подходящим» здесь подразумевается то, что соответствует вкусам получателя. Поэтому перед тем, как дарить подарок, необходимо проанализировать повседневные предпочтения собеседника, чтобы понять, какие подарки ему действительно нравятся. Например, кто-то любит выпить; кто-то — покурить; кто-то обладает изысканным вкусом и интересуется антиквариатом, каллиграфией, живописью и старинными книгами; а некоторые просто любят деньги — люди действительно разные, и у каждого свои особенности. Что любит собеседник, то ему и подарите. Те, кто хорошо знаком с «учением о толстокожести и черноте», знают: только подарив собеседнику то, что ему очень нра-

вится, можно тронуть его сердце и вызвать у него эмоции. Как только собеседник проникнется и прочувствует это, он приложит все усилия, чтобы помочь вам.

(3) «Подарок» должен быть соразмерным

Размер подарка определяется в основном тремя факторами: во-первых, в зависимости от важности дела и масштаба выгоды следует определить, какой подарок будет уместен. Если дело важное и тесно связано с вашими интересами, следует подарить больше; если дело не имеет большого значения, можно подарить меньше. Во-вторых, величина подарка определяется в зависимости от затраченных усилий и хлопот собеседника, а также от масштаба риска, который он на себя берёт. Если дело сложное или собеседник несёт большой риск, подарок должен быть более щедрым; в противном случае можно подарить меньше. В-третьих, следует определять уровень стоимости подарка в соответствии с существующими в обществе традициями дарения подарков. Как правило, размер подарка в той или иной степени зависит, с одной стороны, от среднего уровня заработной платы в обществе, а с другой — неразрывно связан с господствующими в обществе нравами. Поэтому размер и количество подарка должны быть умеренными: с одной стороны, они должны способствовать достижению поставленной цели, а с другой — позволять экономить, чтобы не допустить ситуации, когда затраты превышают выгоду.

(4) «Подарок» нужно вручать в подходящий момент

При вручении подарка следует учитывать время, место и обстоятельства — только в этом случае получатель с большей вероятностью примет его. Многие предпочитают приносить подарки вечером на дом, но на самом деле это не всегда лучший вариант. Вечером получателя может не оказаться дома, и если вы принесли подарок, но не смогли встретиться с ним лично, это будет несколько досадно. Или же собеседник может быть дома, но к нему заглянут посторонние гости, и входить с подарком в такой момент будет несколько неловко. Поэтому лучшее время — утром, до того как собеседник уйдет на работу, или в воскресенье утром, когда он только что проснулся. В это время, принеся подарок в дом, вас не будут беспокоить посторонние, а нужный человек будет дома, что облегчит встречу и общение. Кроме того, некоторые подарки можно вручить в офисе, например, предметы культурного характера. Конечно, есть и другие случаи, когда можно преподнести подарок: например, во время банкета в отеле можно на месте подарить сопутствующие товары, чтобы собеседник мог их забрать с собой. Таким образом, ситуацию с вручением подарков можно подбирать в зависимости от обстоятельств.

① Помощь в беде

Как гласит пословица: «Лучше подарить уголь в снегу, чем украсить шелк», — это означает, что когда человек находится в беде, ваша помощь будет подобна корзине угля, принесенной голодающему и замерзающему человеку в мо-

розную погоду: своевременная и необходимая, она останется в памяти получателя на всю жизнь. А если у человека всего в избытке, ваш подарок не будет иметь особой ценности.

Когда человек больше всего нуждается в помощи, если вы появитесь перед ним как друг, окажете поддержку и ободрите его, вы не только завоюете его дружбу, но и создадите себе репутацию человека, ценящего дружбу и верность.

② Не дарите запоздалые поздравления

В дни праздников и торжеств полезно принести небольшой подарок и своевременно поздравить родных и близких — это очень способствует укреплению семейных и дружеских связей. Но следует помнить: не стоит дарить «запоздалые поздравления» — это одно из главных табу в дарении подарков. Подарок, преподнесенный задним числом, вызовет у собеседника недовольство: «А где ты был в тот момент?» В таком случае, каким бы ценным ни был ваш подарок, вам будет трудно завоевать его расположение.

③ Вручайте подарки, когда собеседник находится дома

Лучше всего выбирать момент, когда получатель находится дома. Подарок всегда преследует определённую цель: будь то укрепление дружбы — в этом случае личная беседа лицом к лицу способствует углублению отношений, а подарок служит лишь дополнением, — или просьба об оказании услуги. В последнем случае особенно важно выразить свои намерения, когда хозяин дома. Если вы передаёте своё сообщение через членов его семьи, это не произведёт такого сильного

впечатления, как личное обращение.

Поэтому не стоит просить посторонних передавать подарки, так как это невежливо; кроме того, некоторые получатели не хотят, чтобы окружающие знали о том, что они получили подарок.

④ Не следует дарить подарки в присутствии посторонних

Подарить подарок лучше всего в частном порядке. Ведь если человек, к которому вы обращаетесь, опасается, что его обвинят в получении взятки, он может отказаться от вашего подарка, и тогда ваши планы пойдут насмарку. Поэтому действуйте осторожно и не давайте повода для обвинений.

⑤ Не следует дарить подарки на публике

Вручение подарков на публике всегда неуместно. Поэтому обязательно избегайте подозрений, ведь слухи могут нанести ущерб, и не создавайте себе ненужных проблем.

(5) У подарка должен быть весомый повод

Преподнесение подарка всегда должно сопровождаться убедительным объяснением. Например, болезнь собеседника, день рождения или начало учебного года у детей — это лучшие поводы для подарка, поскольку в таких случаях у вас есть «убедительное оправдание», и вам не нужно специально искать повод для подарка. Таким образом, все происходит естественно и логично, и получатель, помимо благодарности, не будет испытывать особых сомнений. Однако бывают случаи, когда люди дарят подарки исключительно с целью добиться чего-то. Как в таком случае правильно объяснить

причину подарка? Ведь нельзя прямо сказать: «Сегодня я хочу попросить тебя об одолжении, поэтому принес тебе подарок, чтобы ты им воспользовался». В таком случае собеседник не примет этот подарок. Что же делать? Нужно найти формулировку, которая позволит собеседнику принять подарок с чистой совестью.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

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

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