

---

По крайней мере, я это так поняла...”

Перебивать, конечно, невежливо. Тем более человека, который говорит и пишет с таким воодушевлением. И все же здесь я должен мою дорогую Оленьку остановить и ненадолго вмешаться в ее авторский текст.

Я совсем не хочу, чтобы Вы, уважаемый читатель, подумали, что мы тут заикнулись на понятии “пирамида”. Еще больше я не хочу, чтобы Вам по ночам снились пирамиды, не давая спокойно спать.

Просто очень хочется, чтобы “сетевики” не распинались, желая получить свои комиссионные, и не доказывали, что “сетевые компании — это не пирамиды, а честный бизнес”.

Просто очень хочется, чтобы, если кто-то к этому понятию относится негативно, моя книга в целом и эта глава, над которой так долго и усердно трудилась Оленька, в частности, примирили Вас с “пирамидой”. Очень хочется, чтобы у людей, когда они слышат или говорят слово “пирамида”, не возникали априори негативные ассоциации. Вот и все.

И, вместе с тем, я прекрасно понимаю, что она (я имею в виду пирамиду, а не Олю) в моих адвокатских услугах не нуждается.

Хочу поблагодарить сотрудницу моей компании Ольгу Пухову, во-первых, за труд, а, во-вторых, за то, что является для меня самым главным — за моральную поддержку. Она была одной из тех немногих, кто сразу поверил в меня, в книгу, в систему и в успех!

“...Вообще-то о существовании принципа пирамиды люди знали всегда. А иногда этот принцип даже получал наглядное воплощение. Вот что я прочла в книге под названием “Пирамиды”:

“Почти пять тысячелетий тому назад египетский фараон Джосер и его гениальный зодчий Имхотеп решили воздвигнуть сооружение, какого еще не видывал свет, — колоссальную гору из камня, построенную по строгому математическому расчету, такую прочную, чтобы простояла до скончания веков. Строительство этой первой в мире пирамиды длилось более двух десятилетий, а количество работников — военнопленных, рабов, добровольных помощников — исчислялось десятками тысяч.

На протяжении двух следующих веков египетские фараоны по примеру первых строителей пирамиды воздвигали себе гробницы. За этот небольшой срок были сооружены великие пирамиды, которые до нашего времени поражают и восхищают толпы туристов. Но возведение этих грандиозных рукотворных гор прекратилось так же внезапно, как и началось; фараоны, как прежде, довольствовались более скромными усыпальницами.

(...) Никаких письменных свидетельств того, как строились пирамиды, до нас не дошло, не сохранилось ни чертежей, ни сообщений о строительстве. Однако изучение созданных и незавершенных сооружений позволяет представить себе, какие методы

---

---

и инструменты использовали древние строители.

Тремя тысячелетиями позже обычай строить пирамиды возродили индейские племена Мексики майя и ацтеки. В непроходимых джунглях они создавали целые города из пирамид и ритуальных храмов. Но завоевание этих земель испанцами положило конец строительству пирамид.

Самая большая пирамида и одновременно крупнейшее строительное сооружение мира (...) возвышалась возле Лимы, столицы Перу, и сохранилась лишь в руинах. Ее основание занимало площадь 800х400 м, т.е. 320 000 квадратных метров. По своему объему она превосходила пирамиду Хеопса. Как и другие индейские пирамиды, она служила пьедесталом для храма. Она было построена из необожженных кирпичей, сложенных в массивные, колонны. Перуанские пирамиды обычно сооружались на естественных холмах. Ступенчатые пирамиды на холмах, служившие пьедесталами для храмов или жертвенников, строились также в Индии, на тихоокеанских островах, Таити, Тонгатапу и некоторых других.

Даже в Европе есть одна пирамида, она находится в Риме. Ее высота около 12 м, она облицована мрамором. Под ней погребен умерший в 12 г. до Рождества Христова римский претор Гай Цезарь Эпулон Цестий”.

Хоть и говорят, что египтяне, мол, построили свои пирамиды из религиозных соображений, я считаю, что в них они наглядно изобразили один из основных принципов построения этого мира.

Хорошо, пойдем дальше.

Следующий пример — армия.

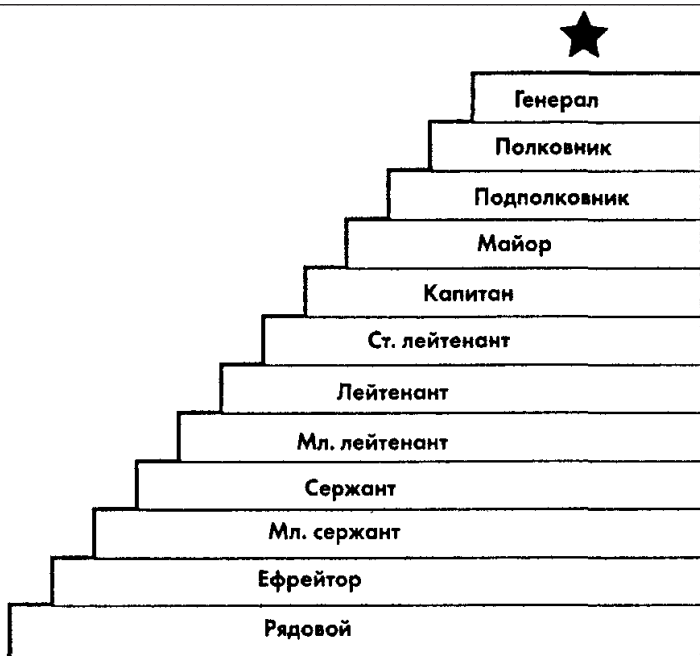
Вспомните, ведь почти все Вы (я обращаюсь к мужчинам) в свое время служили в армии. А, может быть, и сейчас служите. Вы начинали службу со звания рядового. Кто-то, отслужив положенное, продолжал служить дальше. Суворов говорил, что плох тот солдат, который не хочет стать генералом. Как говорится в этом четверостишии:

“Стать военным нелегко.

Но если хочешь ты достичь заветной цели —

От многого придется отказаться

И в то же время многое приобрести”.



Постепенно, прослужив какое-то время, рядовой становится ефрейтором. Опять пирамидальная система: рядовой – ефрейтор – младший сержант – сержант и т.д.

Можно остановиться на звании старшины? Можно. Но кто-то не остановится, а захочет идти дальше. А чтобы продолжить карьеру военного, нужно проучиться в военном училище, после которого присваивают звание младшего лейтенанта и направляют на соответствующую должность. На пути к заветной цели – званию генерала надо пройти следующие ступеньки иерархической лестницы: лейтенант – старший лейтенант – капитан.

И здесь карьера может закончиться, если, конечно, не пойти в Военную Академию и не получить фундаментальную подготовку, которая необходима, чтобы стать в дальнейшем майором, подполковником и, как поет Алла Пугачева, “НАСТОЯЩИМ ПОЛКОВНИКОМ”.

И вот она, цель: звание Генерала. Теперь можно за рюмкой чая напевать: “Как хорошо быть генералом”.

Примеров я Вам, конечно, могу привести еще много. Возьмите любое государство, его систему управления. Все та же пирамида. Возьмите структуру материи, из которой мы все состоим. Правда, ученые “копают” все глубже, и оказывается, что неделимый атом состоит из электронов, нейтронов и протонов, а те, в свою очередь,

---

из кварков. Есть ли что-нибудь дальше, пока неизвестно. Но посмотрите: основа пирамиды всего того, что есть в мире — кварки; следующий уровень — протоны, нейтроны, электроны; потом — атомы; следующий этап — молекулы; дальше — молекулярные соединения и т.д. до тех пор, пока на следующем этапе не окажется амeba.

Тоже ведь пирамида.

Заканчиваю призывом: когда услышите слово “пирамида”, не шарахайтесь. Пирамида — это нормально. Пирамидами, большими и маленькими, очень большими и очень маленькими, заполнено все вокруг. Давид предложил мне в конце этой главы написать вот такое небольшое стихотворение:

О мире сущем размышляя, ты алчность уничтожь.  
Лишь Знание истины прекрасно, все остальное — ложь.  
В себе ищи ты это Знание, и путь найдешь простой,  
Как только пустота сольется с такой же пустотой.

Я его спросила, откуда он это взял. Он сказал, что из старинной поэзии. Я, правда, не совсем уловила, какую связь оно имеет со всем, что я тут написала. Но он сказал, чтобы я его все равно напечатала. Сразу скажу, что этой главы он не читал, и, возможно, ошибся, подумав, что она подойдет.

Свое понимание пирамиды предложила Вам  
Ольга Пухова.

# Разновидности афер

*Вернейший способ быть обманутым – это  
считать себя хитрее других.*

*(Ларош Фуко)*

---

---

## Разновидности афер

**(притча; мошенники рассылают платежные извещения;  
жуликам приглянулись банки; пирамида ГКО —  
глубокое подражание МММ; перевернутые пирамиды)**

Смотрю я на монитор своего компьютера и вижу, что мне надо писать шестую главу, которую я почему-то назвал “Разновидности афер”. С одной стороны, я прекрасно понимаю: слово “афера” присутствует в названии моей книги и нужно раскрыть тему. А с другой. Вы просто не представляете, как мне не хочется этого делать. Попробую объяснить Вам мое состояние. Дело в том, что мне самому не нравятся такие темы. Мне страшно не нравится, что телевидение и пресса уделяют им такое внимание. Слова “ограбили”, “надули”, “отняли”, “кинули” и т.д., которыми особенно охотно пользуются метры свободной прессы, звезды радио- и телеэфира, просто затопили все вокруг. Иногда, правда, выражаются помягче: недодали, не заплатили, не выполнили. Мне самому не нравится, когда...

Однако, как говорится, коль заикнулся — икай дальше. И вот я икаю: ломаю голову над вопросом, что и как представить Вашему вниманию в этой главе. Поскольку в названии второй части я пообещал Вам, уважаемый читатель, факты, то я и собрался привести Вам факты. Но тут проявилась вся неоднозначность и двойственность слова “факт”. У меня было два пути.

Первый. Привести ряд собственных примеров, а их набралось у меня прилично, поскольку прожил я уже достаточно, и потом дать Вам какие-то, скажем так, “умные” советы и рекомендации. Но этого я делать не стал по той простой причине, что, на мой взгляд, и советы, и рекомендации — есть самый дешевый товар, с каким я встречался в своей жизни. За примерами далеко ходить не надо: страна Советов развалилась как раз из-за того, что советовала всем, как жить. Всем. Даже тем, кто жил лучше. Советы советовали, советовали — и что в итоге?..

И второй путь. Привести не мои собственные факты, которые все же в достаточной мере субъективны, а примеры, взятые из столь нами любимой свободной прессы! Словом, факты без комментариев. Я остановился на этом варианте.

Но для начала предлагаю Вам притчу о четырех друзьях.

Жили-были четыре друга. Один из них был священником, другой — юристом, третий — финансистом, а четвертый — артистом. С детства они привыкли делить между собой и радости, и горе. Однажды случилось так, что артист тяжело заболел и лежал при смерти. Он собрал своих друзей и, вручив каждому конверт, обратился к ним с

---

такими словами:

“В каждом из этих конвертов 10 000 долларов. Когда я умру, пусть каждый из Вас положит свой конверт мне в гроб. Это моя последняя просьба”.

Произнеся эти слова, он умер.

Прошло некоторое время. Священник пригласил к себе домой на ужин юриста и финансиста. За столом они разговорились. И священник сказал: “После того, как мы похоронили нашего друга, меня часто мучает совесть. Я не смог полностью выполнить его предсмертную просьбу — только половину той суммы, что была в конверте, положил в гроб. Другую же раздал бедным”. После небольшой паузы юрист признался в том же самом: “Только половину суммы, которая лежала в конверте, я положил в гроб. А остальные отдал жене — как раз накануне похорон я развелся с ней”. И тут заговорил финансист: “Как вам не стыдно, нечестные вы люди! В отличие от вас, я выполнил последнюю просьбу нашего друга и положил в гроб ЧЕК на сумму 10 000 долларов”.

В этих словах финансиста — сущность любой аферы: вместо реальных денег или реального товара Вам выдается “ценная” бумага.

Существуют два вида аферы: просто афера и “пирамида”. Вы, конечно, вправе мне возразить и сказать, что в “просто аферы” можно записать все: от воровства до шантажа или проезда “зайцем” в автобусе. И Вы будете абсолютно правы. Согласен, “просто аферы” можно классифицировать и классифицировать. Но пусть этим занимается кто-нибудь другой, а для меня важно в этой главе выделить в отдельную категорию “пирамиды”. Выделить для того, чтобы заострить на них Ваше внимание.

Итак, сначала о “просто афере”. Вот что пишет на этот счет “Новая газета”.

### *Жуликам приглянулись банки*

Изучение статистики МВД и анализ конкретных результатов работы следственных органов в ряде регионов страны показали, что в кредитно-финансовой системе России преобладают три вида преступных проявлений: хищения денежных средств под видом получения кредитов сотрудниками (руководителями) банков и со счетов организаций и граждан путем предоставления в банки подложных документов.

Основным видом преступлений в финансовой сфере экономики являются мошенничества. За годы экономических реформ при относительной безопасности совершения таких преступлений и значительной материальной выгоде тенденция их увеличения выглядит достаточно стабильной.

За 1997 год рост числа мошеннических действий в кредитно-

---

финансовой системе составил 97,3%, а их раскрываемость — 83,9%. Около трети из них осуществлены в особо крупных размерах.

Безусловными лидерами по количеству преступлений в системе денежного обращения и причиненному ими ущербу являются Москва и Санкт-Петербург. За прошедший год в Москве совершено 1808 таких преступлений, причинивших ущерб на сумму около 714 млрд. рублей, а в Санкт-Петербурге — 1 644 преступления с ущербом 171 млрд. рублей, и эти показатели примерно вдвое превышают цифры 1996 года.

Объяснения тому, что шестая часть преступного ущерба приходится на Москву, заключается в том, что основная масса как легальных, так и “незаконных” денежных средств вращается в столице.

Службами МВД выявлено 32 случая незаконной банковской деятельности, причинивших ущерб на сумму свыше 24,5 млрд. рублей.

В настоящее время, когда банковская “система приобрела определенную устойчивость, а органы МВД — опыт работы с различными видами преступлений в финансовой сфере, появилась реальная возможность для координации усилий между государственными и коммерческими структурами по борьбе с преступностью. Зачастую здесь имеет место просто совпадение интересов, что открывает возможность для успешной совместной работы правоохранительных органов и служб безопасности банков.

С. Амплеев, (старший следователь по особо важным делам Следственного комитета МВД России, подполковник юстиции).

*Госналогслужба предупреждает!*

*Мошенники рассылают платежные извещения*

В последнее время участились случаи проведения ложных проверок якобы налоговыми органами граждан, сдающих жилье наем.

Неизвестные лица, получившие доступ к информации о сдаче жилья в аренду, пытаются шантажировать людей, рассылая им фальшивые справки об условиях сдачи жилья. Эти “справки” содержат напоминания о том, что их договор не зарегистрирован в налоговой инспекции. К фальшивым справкам прилагаются платежные извещения, предлагающие адресату перечислить некую сумму на указанный счет для исключения его из “черного списка”.

Госналогслужба России сообщает, что никакие подобные уведомления и платежные извещения никому не рассылались.

Территориальные налоговые органы имеют право вести проверку

граждан, сдающих жилье в аренду, в целях уплаты налогов с получаемых доходов. При посещении квартиры налоговый инспектор должен предъявить служебное удостоверение установленного образца. Его могут сопровождать представители территориальных органов внутренних дел (как правило, это участковые инспектора) и Федеральной службы налоговой полиции. По результатам проверки составляется акт опроса квартиросъемщика (владельца жилья). Посещение проводится в рабочее время. Если возникают вопросы к квартиросъемщику, его вызывают в налоговую инспекцию по месту жительства письменным уведомлением.

В случае получения гражданами, которые сдают жилье в аренду, каких-либо документов якобы от имени налоговых органов, но вызывающих сомнение, необходимо сразу же обращаться в налоговую инспекцию по месту жительства для получения соответствующих разъяснений.

По всем выявленным фактам мошенничества Государственная налоговая служба России проводит служебное расследование.

Р. Досмухамедов, (начальник Управления  
Госналогслужбы России по связям с  
общественностью и СМИ).

А вот что пишет все та же “Новая газета” о второй разновидности афер, о “пирамиде”. Точнее, о “пирамиде” пишет не “Новая газета”, а сам великий и ужасный, непревзойденный строитель пирамид Вячеслав Мавроди:

*ПИРАМИДА ГКО лишь грубая подделка МММ  
Известный жулик о государственных махинаторах*

Откровенно говоря, мы считаем братьев Мавроди жуликами, а к обманутым вкладчикам МММ нет у нас в груди глубокого сочувствия.

Но кто лучше фокусника понимает другого фокусника?

И кто поймет жулика лучше другого жулика?

Поэтому мы посомневались, но решили дать слово скрывающемуся от властей “эксперту по пирамидам”:

“Я не играю на рынке ГКО. Более того, рекомендую тем, кто играет в ГКО, как можно быстрее прекратить это занятие.

Пирамида ГКО является всего лишь грубой подделкой нашей схемы МММ-94, причем скопированной крайне неумело и поверхностно, мне гораздо лучше других это очевидно... Лично мне все эти пять лет работы ГКО было очень грустно наблюдать за тем, как устроители этой классической финансовой пирамиды (по выражению автора одной газетной статьи от 1994 года — “умные

---

ребята из Минфина”) судорожно пытаются удержать ее на плаву, делают резкие движения... погружаясь с каждым движением все глубже и глубже в долговое болото. А ведь давно известно, что в болоте дергаться нельзя, это только ускоряет гибель в него попавшего...

Думаю, именно из-за ГКО властями было так грубо разрушено МММ-94, ставшее после выпуска государством ГКО главным и практически реальным единственным конкурентом государства по привлечению средств населения. Это сейчас один из главных экономистов страны признает, что “делиться надо”, а в 1994 году государство делиться с МММ не захотело. Ему казалось проще и надежнее просто уничтожить МММ чисто силовыми методами. Поэтому, чтобы мои слова не выглядели обычной мстостью, постараюсь объяснить свое предупреждение сегодняшним владельцам ГКО, сделанное в начале этого текста, более подробно.

Во-первых, хочу подчеркнуть, что смотреть на развитие в России ГКО мне лично грустно и тяжело. Никакого злорадства по этому поводу я не испытываю, так как, зная внутренний механизм работы ГКО, прекрасно понимаю, чем обернется очень скоро для миллионов россиян крах этой пирамиды. Не говоря уж об экономике в целом, последующий немедленный крах большинства банков означает потерю миллионами простых людей всех своих сбережений.

### *Гонка за тенью*

Итак, откуда у меня столь мрачные прогнозы относительно ближайшего будущего всех россиян? Какое отношение к рынку ГКО имеет человек, ничего не знающий ни про какие ГКО и честно работающий на своем родном заводе или в солидной торговой фирме, либо пенсионерка, держащая свои “гробовые” в родном Сбербанке (“Пусть невыгодно, зато надежно!...”) ? И почему вообще я заявляю, что рынок ГКО скоро рухнет?

Начнем с вопроса, почему рынок ГКО должен рухнуть именно сейчас, хотя еще недавно все было более или менее спокойно. На самом деле все очень просто. В любой финансовой пирамиде нарастание долгов вкладчикам идет в геометрической прогрессии, то есть по экспоненте. И однажды наступает момент, когда долги за один шаг уже увеличиваются настолько же, сколько было долгов всего, за весь предыдущий период ее работы. Именно поэтому рушатся все пирамиды. Одни — раньше, другие — позже. Срок жизни пирамиды зависит лишь от количества втянутых в нее вкладчиков, промежутка времени между двумя шагами и стартовой суммы долга (сколько денег у вкладчиков собрано на первых шагах).

В нашем случае с ГКО промежутков между шагами был установлен сроком в одну неделю (аукционы по ГКО проходят каждую среду), стартовую сумму долга можно считать с момента, когда

---

добропорядочные государственные обязательства 1993 года с фиксированным процентом годовых превратились в апреле-мае (или даже в марте, не помню точно) 1994 года в пирамиду с двойными динамическими курсами продажи-покупки, завуалированными “умными ребятами из Минфина” под заумные для обычного россиянина финансовые термины “курс по номиналу” и “курс отсечения”. Те “мелочи, которые удалось собрать по “добропорядочным” ГКО 1993 года, можно не считать. Количество “игроков” в ГКО равно количеству россиян, пользующихся банками, плюс допущенные иностранцы.

Эти условия игры позволили пирамиде ГКО продержаться четыре года. В полном соответствии с графиком геометрической прогрессии первое время ее устроители жили достаточно спокойно, потом начались увеличивающиеся с каждым днем проблемы... Плюс их сильно подкосили выборы 1996 года, когда из кассы пирамиды пришлось отдать огромные деньги на выборы. Если бы не это, пирамида ГКО вполне могла бы продержаться еще полгода-год.

На сегодняшний день пирамида, по моим оценкам, находится где-то около самого своего конца. Причем касса пирамиды уменьшена, как минимум, на величину выборных затрат 1996 года. И на каком из последующих шагов произойдет полный обвал, зависит лишь от того количества денег, которое “умные ребята” готовы вложить в нее уже себе в убыток, исходя не из экономических, а из чисто политических соображений.

Заявление о том, что “государство — не МММ” и “печатный станок, в крайнем случае, всегда под рукой”, можно в расчет не принимать.

Такого количества денег, которое будет необходимо для погашения всех долгов по ГКО уже через 2-3 шага, не сможет быстро напечатать чисто физически даже десяток Гознаков. Частичная девальвация рубля также сможет лишь оттянуть обвал на 1-2 шага, увеличив при этом на порядок общую сумму долга, ведь полученный в результате любой, из этих акций временный выигрыш тут же мгновенно исчезнет в пирамидальной долговой экспоненте. Что толку от полученной в результате пусть даже 20-процентной девальвации рубля суммы в 20% от всей рублевой денежной массы страны, если долг по ГКО будет через несколько шагов превышать эту самую денежную массу в 2-3 раза? И уж совсем детскими и наивными на этом фоне выглядят попытки властей удержать пирамиду ГКО за счет тех денег “на мороженое” (по сравнению с дефицитом пирамиды), которые они надеются сейчас получить от увеличения сбора налогов с помощью карательных санкций.

Именно потому, что пирамида находится сейчас в районе резкого подъема экспоненты долга, сегодняшняя паника на рынке ГКО качественно отличается от предыдущих. Сегодня для продолжения

---

работы пирамиды нужно не только, как обычно было до этого, набрать “немного больше, чем отдали”, но и вернуть ушедшие из кассы пирамиды большие деньги. Когда подобные волнения происходили на начальных шагах, устроители чувствовали себя абсолютно спокойно, так как, по большому счету, могли вообще выкупить за счет запасов “государства все ГКО и начать все с начала. Теперь же эта граница давно пройдена. У государства нет средств выкупить хотя бы 1/4 всех выпущенных обязательств.

Отсюда такая нервозность властей и ежедневные успокоительные речи со всех трибун. Все прекрасно понимают, что следующей паники даже такого масштаба они уже могут не выдержать. А по опыту МММ-94 могу подсказать, что прошедшие волнения — это пока еще цветочки, обвал только начинается. Следующие волнения игроков потребуют гораздо более значительных, как минимум, в 2-5 раз больших, сумм, чем потери пирамиды от сегодняшней микропаники.

А с чего бы это игрокам успокаиваться? Что, у нас в стране появился какой-то иной источник дохода, кроме сырья, мировые цены на которое в последнее время устойчиво падают, и пустых обещаний устроителей ГКО? Или после благоглупостей о том, что, оказывается; “во всем виноваты финансовые спекулянты”, вложенных “умными ребятами” в уста президента, завтра все игроки встанут в очередь отдавать свои кровные денежки в рушащуюся пирамиду?

Еще более грозным признаком надвигающейся катастрофы служит неожиданная отставка верхушки старого правительства и последовавшие сразу после нее публичные заявления чиновников-финансистов о том, что, на самом деле, ситуация в стране очень тяжелая в смысле денег и что при существующем положении вещей государство может и не выполнить своих обязательств по внутреннему долгу.

Что происходит в обычной пирамиде, когда ее руководство понимает, что больше не может выполнять свои обязательства перед вкладчиками? Руководство скрывается, а для успокоения вкладчиков назначается абсолютно новый, никому не известный и не имеющий к пирамиде никакого отношения, управляющий.

Если посмотреть на неожиданную отставку старого правительства и назначение нового, никому не известного премьера с этой стороны, то возникают вполне отчетливые ассоциации... Кто будет виноват, если завтра рухнет пирамида ГКО? Старого правительства формально уже нет, а какое отношение к ГКО имеет новый безобидный премьер-министр? Правильно — никакого.

*Вячеслав Мавроди*

---

Это статья была напечатана летом, еще до начала кризиса. Я во всем согласен с Вячеславом Мавроди, тем более что время показало: он не ошибся. В конце августа-начале сентября рухнула очередная “пирамида”. На этот раз государственной постройки. Именно тогда он писал эти строки. Не буду давать никаких объяснений касательно так называемой “пирамиды ГКО”. Ни профессиональных, ни гражданских.

Хотя, уверяю Вас, у меня есть что сказать. Но все это — потом. Как говорится, есть время, когда нужно разбрасывать камни, а есть — когда их нужно собирать.

Зато могу предложить Вам свой вариант выхода из кризиса (конечно, не “сетевикам”, так как у них кризиса нет и не будет).

У Вас нет денег. Вам не платят зарплату. Вас уволили с работы или отправили в неоплачиваемый отпуск. “Что делать?” — возникает извечный риторический, но, тем не менее, требующий незамедлительного ответа вопрос.

Ответов может быть множество. Допустим, объявить голодовку. Никогда не пробовали? Можете попробовать, но не советую. Конечно, если Вы не приверженец доктора Брега.

Есть еще один апробированный историей вариант. Забастовка. Массовые выступления. Стаечные комитеты. И — революция, экспроприация, национализация. Тоже можете попробовать. Но этого я Вам тоже делать не рекомендую. Конечно, если Вы не потомственный революционер.

К этим двум оригинальным вариантам добавлю и третий. Вы можете уехать из страны. Но тогда определите, куда и зачем. Если Вы это определили, то сразу же ответьте на вопрос: кому Вы там нужны? Если Вы определите, что, да, я там нужен, то остается еще один, самый последний и самый тривиальный вопрос: за сколько? Отвечая на него, не забудьте известную житейскую мудрость: если свои не кормят, накормят ли чужие (если Вы на самом деле свой, а не чужой)?

А теперь мой личный и, как сейчас говорят, эксклюзивный вариант.

Вы — глава среднестатистической семьи. Двухкомнатная теща... Ох, простите, двухкомнатная квартира, теща, необыкновенная супруга и двое детей. Вы посчитали, что Вашей семье в месяц необходима в среднем тысяча у.е. (условных единиц). Но таких средств у Вас нет и денежных вливаний ждать неоткуда: Запад (имеется в виду Ваш сосед) второй транш кредита Вам не дает, отмалчивается.

Есть у Вашего друга компьютер? А хорошая бумага? Ну, так напечатайте Ваши собственные ценные бумаги. Сразу предлагаю аббревиатуру: допустим. Вас зовут Ваня, значит, первая буква будет “В”; Вашу супругу — Галя, значит вторая буква — “Г”; тещу зовут Клавдия. Выходит: ВГК.

Теперь вы должны определить, сколько акций и на какую сумму

---

Вы выпустите. Если Вы выпускаете ценную бумагу в виде акции ВГК и хотите, чтобы она соответствовала Вашей реальной стоимости (то есть была ликвидна), начинайте считать: сколько стоит Ваша квартира, Ваша машина и все, чем Вы владеете, что имеет ценность не только для Вас, но что можно также продать на рынке. Допустим, Вы определили, что цена всего-всего, что у Вас есть, 100 000 долларов. Прекрасно!

Теперь определяете количество акций, которые Вы выпустите. Допустим, 10 000 штук.

Теперь 100 000 долларов делите на 10 000 акций и получаете номинальную стоимость одной акции — 10 долларов. Таким образом, одна акция ВГК стоит 10 американских долларов.

В принципе Вы можете выйти с Вашими акциями на биржу. А почему бы нет? Если Вы все юридически правильно оформите — запросто!

А вот сейчас представьте такую ситуацию: у Вас украли машину!

Не дай Бог, конечно, но хорошо, если она у Вас застрахована, а если нет, то получается, что фактическая стоимость Ваших акций уменьшилась на стоимость машины. Если эту информацию Вы скрыли от Ваших партнеров (помните, как у знаменитого Голубкова: “Я не халявщик, я партнер!”), то — ой, что потом будет! Ну, а если с квартирой что-нибудь случится, если и она не застрахована, тогда точно, как говорят в народе, хана! И вот представьте себе такую картину: господин Икс Игрекович выкупил на бирже все Ваши акции, чтобы завладеть Вашей квартирой, машиной и...

И что? Машины у вас уже нет, квартира упала в цене, а другие Ваши “ценности” Иксу Игрековичу сто лет не нужны. Но он же требует!

Остается еще несколько вариантов. Первый: заложить тещу! Это возможно, но хочу призвать Вас быть как можно более гуманным!

Второй вариант: можно с женой поговорить! Но лучше этот вариант выкинуть из головы, пока сама жена не будет на нем настаивать!

Есть третий вариант: это Вы и Ваша ориентация на настоящее и будущее. Ну и, конечно, ориентация Икс Игрековича!

Я прекрасно понимаю, что некоторым из Вас, может, даже читать весь этот бред не очень-то приятно, не то что думать и, тем более, переходить к каким-то действиям. Но скажите тогда, пожалуйста: почему, когда отдельные личности, различные компании и, наконец, родное государство в лице первых его руководителей и порожденных ими олигархов и олигархиков оптом и в розницу, прямо и косвенно, слева и справа, финансово и морально объекторивают и “обгайдаривают” Вас, а потом еще и объясняют, что все это делается для Вашего же удовольствия, Вы, несмотря на это, все равно хотите рыбку ловить и уху варить. Чтобы было так: Вы ловите, варите, а

денежки в это время идут, и идут, и идут... Только вот вопрос: куда они идут?”

Но давайте переведем дух и вернемся к нашим баранам (чувствуется мое кавказское происхождение, да?).

Предлагаю определиться в терминологии. Можете ли Вы ответить мне на вопрос: что такое “коммерческий магазин”, “лечебная больница”, “транспортный автомобиль”?

Думою, что второе и третье словосочетания, как минимум, режут слух. А если спросить литератора, он скажет, что такое словосочетание называется тавтологией. Это — то же самое, что “масло масляное”. Хотя словосочетание “коммерческий магазин” как вошло в наш повседневный обиход в конце 80-х, так до сих пор и не может из него выйти, им пользуются и простые смертные, и министры с экономистами. Но не стану углубляться в дебри великого, могучего и столь же дремучего (как и мозги человека, им пользующегося) русского языка.

Приблизительно, то же самое происходит и со словом “пирамида”, а, вернее, с выражением “финансовая пирамида”. Я не знаю точно, кто является автором этого “термина”. Я не знаю, что этот человек имел в виду, не знаю, почему он так сказал.

Оля абсолютно верно написала в предыдущей главе, что пирамидами заполнено все вокруг. Пирамида — это нормально. Классическую пирамиду представляет собой любой банк, любой фонд, в том числе и международный валютный. В основании такой пирамиды лежат средства, поступающие в него в первом случае от вкладчиков, а во втором — от стран-участниц. Эти пирамиды имеют основание — реальные деньги. Они распространяют услуги вниз по пирамиде, а снизу вверх идут деньги. Сила любой многоуровневой пирамиды исходит от основания. А взامن от вершины поступают результаты в виде реальных действий и услуг. Единственный способ зарабатывания денег в бизнесе — продажа продукта. А выплата вознаграждения только за набор сотрудников — это обман, афера, перевернутая пирамида.

Чем обеспечены ГКО и Ваши 10-долларовые ВГК? Ничем. Так значит, это не пирамида? Да, никакая не “финансовая пирамида” и не “пирамида ГКО”. Все это — не пирамиды, а аферы. Мошенничество. Только в больших, чем то, к чему мы привыкли, масштабах. Все это ПЕРЕВЕРНУТЫЕ ПИРАМИДЫ!!!

Представьте себе пирамиду Хеопса или, если хотите, Хефрена, “ногами” кверху. То есть не ногами, конечно, а основанием. Обычная пирамида прочно стоит на земле, ее широкое основание не дает ей упасть. А перевернутая пирамида балансирует на своей вершине и может рухнуть в любой момент.

Можете Вы себе такое представить? Нет? Я тоже. Вот это и есть перевернутая пирамида. Это и есть абсурд.

---

Ток давайте, уважаемый читатель, отныне называть вещи своими именами: пирамиду,— пирамидой, аферу — аферой. И не путать эти два понятия.

В какое все-таки интересное время мы живем! Ну, а страна какая у нас интересная! Как роскошная женщина. Красивая? Красивая! Талантливая? Талантливая! Доверчивая? Доверчивая! Жизнерадостная? Даже когда жизни нет, все равно радостная! Счастливая? Ну, это, смотря что иметь в виду. Если по количеству поклонников — безусловно. Если по их качеству — можно было бы ждать лучшего. Кто-то когда-то впервые сказал (а, может, сказала): “Не родись красивой, а родись счастливой”. Вы не спрашивали себя: “почему?” Нет? Наверное, потому что...

Да, трудно быть счастливой, когда ты красивая, и когда душа у тебя большая и добрая, и когда не можешь отказать даже в том случае, если не очень хочется, но очень просят. Жалко ведь, и все отдашь, лишь бы ему было хорошо.

— А кто он?

— Неважно! А что он?

— Что значит — “что”? Какая разница?!

— Так тебе же плохо?

— Ну и что?

Ага, выходит, работает принцип: если бьет, значит, любит?! Не кажется ли Вам, что здесь просматривается элемент мазохизма.

А основаны все эти страсти-мордасти на любви как в целом к природе, так и, в частности, к животным. Потеряв веру в людей, человек возвращается в животное состояние. А дети, которые рождаются от “той” любви, становятся похожими на Маугли и...

— И что?

А то, что видим, как они... выбирают здоровый секс!

Так что же делать? — возникает традиционный историкориторический вопрос.

У меня есть ответ: вернуться к вере в Бога, к вере в себя, к вере в людей!

**С ВОЗВРАЩЕНИЕМ В ЛЮДИ!!!**

---

# Рождение индустрии сетевого маркетинга

*Кип "смайл"*

*(Американская мудрость)*

---

---

## Рождение индустрии сетевого маркетинга

### (этапы развития сетевого маркетинга - американский вариант)

И вот мы подходим к главе, которая принесет больше всего радости заядлым сетевикам. Здесь я не буду ничего заковычивать. Здесь все будет называться своими родными американскими именами. Это рассказ именно об истории сетевого, именно многоуровневого маркетинга, именно об истории MLM. Создавая и развивая эту систему, американцы делали все, что было в их силах. Из приведенных мною материалов Вы увидите, что сопротивление американским сетевикам со стороны не только традиционалистов — традиционных бизнесменов, но и чиновников было очень велико. Сопrotивлялись те, кто боялся развития этой системы, настолько она была эффективна для простого человека, а не для коррумпированного чиновника. Американцы в целом — народ предприимчивый. Они научились ставить перед собой цели и их добиваться. Простые люди быстро поняли, какие выгоды дает эта система работающему в ней человеку.

#### *Рождение индустрии сетевого маркетинга*

Предлагаю Вам вернуться на 50 лет назад, в 1940 год — год рождения сетевого маркетинга — и посмотреть, как он рос, развивался и, наконец, стал тем, чем является сегодня, то есть феноменом общечеловеческой культуры.

В 1940 году сетевой маркетинг, конечно, еще не назывался сетевым маркетингом. Сначала для обозначения этого вида маркетинга использовали термин, придуманный владельцем компании “Nutrilite Products, Inc.” Карлом Ренборгом. Он называл его “маркетингом по рекомендации”

Компания Глена Тернера “Cdlformcr Vitamins” первой начала работать по этой системе. В то время она была единственной компанией, которая использовало программу продаж с выплатой компенсации на нескольких уровнях. Она давала своим представителям право спонсировать новых людей для участия в продажах и зарабатывать проценты от продаж, которые производили эти люди. Сотрудники компании самостоятельно привлекали новых работников, обучали их и руководила ими. Каждый сотрудник мог построить свою собственную организацию, которая получала от компании товар и которой компания платила, если этот товар был продан.

Через несколько лет двое сотрудников этой компании, у которых

---

дела шли очень хорошо, Рич Де Воз и Джейн Ван Эндел, поняли, какие огромные возможности скрыты в том виде бизнеса, которым они занимались. Они поняли, что “маркетинг по рекомендации” — вполне реальная возможность материализации “американской мечты”. И не только для них, но и для всех, кто хотел осуществить эту мечту. В 1959 году Рич Де Воз и Джейн Ван Эндел организовали собственную компанию под названием “AMWAY” (“Американский путь”). Сегодня это одна из крупнейших компаний, работающих по схеме сетевого маркетинга.

В 60-х и в первой половине 70-х годов индустрия развивалась достаточно медленно. Всего лишь три десятка компаний работали по схеме сетевого маркетинга. Приблизительно, тогда и появилось новое название этого вида бизнеса — “Multi Level Marketing” (многоуровневый маркетинг), или сокращенно MLM.

К концу 60-х годов усилиями Глена Тернера положение стало меняться. Тернер вошел в историю сетевого маркетинга как один из самых блестящих мотиваторов. Он умел открыть Вам абсолютно новые горизонты в жизни, о которых Вы до сих пор даже не подозревали. Открыть и при этом убедить в том, что у Вас есть энергия, и Вы можете достичь любых целей. Он организовал новую компанию и занимался тем, что учил всех желающих добиваться успеха, помогая раскрыть и реализовать заложенный в человеке потенциал. Его программами тренингов и его мотивациями пользуются и сегодня. Многие добились успеха в жизни и в бизнесе, используя эти программы. Тернер очень хорошо понимал роль личного успеха в жизни и умел довести это свое понимание до сознания людей из всех слоев общества.

Однако компания Глена Тернера работала с липовыми “продуктами”. Их в действительности просто не существовало. Сотрудники (дистрибьюторы) Тернера получали деньги лишь за набор новых членов. То есть его фирма была классической перевернутой пирамидой. И, как печальный итог, мистер Тернер был приговорен к семи годам тюрьмы за мошенничество. Горький, но поучительный пример.

Новый период развития индустрии MLM, период зрелости, начался после того, как Федеральная Торговая комиссия приняла закон “О пирамидах”. Он стал первой атакой правительства на новую индустрию и началом борьбы MLM за право на существование.

Компания “AMWAY” стала главным героем этой эпопеи. Четыре долгих года длилась борьба за выживание. И в итоге — блестящая победа: в 1979 году суд принял постановление, которое называют “AMWAY-постановлением”. В нем говорится, что компания “AMWAY” не является нелегальной пирамидой, а Multi Level Marketing представляет собой законный бизнес. Таким образом, в истории MLM появились первые герои. Низкий поклон Вам,

---

---

“AMWAY”, за преданность, мужество и силу. Благодаря Вам миллионы людей сохранили право на осуществление своей мечты!

Именно после “AMWAY-постановления” количество компаний, применявших бизнес-стратегию MLM, быстро достигло сотни. Это был настоящий взрыв. С 1979 по 1983 год индустрия MLM охватила более 5 миллионов американцев. У них не было ни опыта, ни капиталов. Но была мечта, было горячее желание, была созидательная энергия и непоколебимая вера в возможность осуществить свою мечту.

В начале 90-х стал выходить журнал, посвященный проблемам сетевого бизнеса, и его редактор Джон Милтон Фогг предложил новый термин для обозначения того вида бизнеса, которым занимались MLM-компании, — “Network Marketing”, или “сетевой маркетинг”...

Здесь позвольте мне остановиться и передать слово американскому журналисту Ричарду По, работающему в журнале “Успех”. Он написал книгу, которая называется “Третья волна. Новая эра в сетевом маркетинге”; эту книгу я процитирую. За ней последует статья Нейла Андерсона из выходившего на русском языке журнала “Аплайн”. Кому, как не американцам, рассказывать о развитии сетевого маркетинга в Америке?

Но здесь возникает одно маленькое “но”. Я цитирую Ричарда По (простите за невольный каламбур) по пиратскому изданию, которое выпустили наши сетевики. И поскольку переведена эта книга очень плохо, я позволил себе в ходе чтения немного редактировать перевод. Думаю, Ричард По на меня не обидится, да и Вы тоже.

*Ричард По, “Третья волна. Новая эра в сетевом маркетинге”*

“Что со мной происходит? — спрашивала себя Терри Хилл. — Почему я чувствую такую опустошенность?”. У Хилл было все. Она водила “мерседес” и отдыхала на Карибских островах. Ей исполнился 31 год, и она входила в десятку лучших коммерческих представителей корпорации “Хегох”, зарабатывая больше 1 30 000 долларов в год. У нее были лучшие показатели по продаже высококачественных лазерных принтеров компаниям, входившим в консорциум Fortune 500. Каждая сделка оценивалась в миллионы. Но, несмотря на все эти успехи, жизнь Хилл превратилось в сплошной кошмар.

“Я вышла замуж за свою работу, — говорит она. — Я спала четыре часа в сутки, начинало работать в семь утра и заканчивала в семь вечера. Я работала каждую субботу и воскресенье”. Напряжение разьедало ее изнутри. Каждый день Хилл часами торчала в дорожных пробках, страдала от бесконечных дурацких встреч, перепахивала горы бумаг. Раньше она успокаивала себя, повторяя: “Это временно. Только интенсивная работа ведет к цели, скоро ты достигнешь успеха, и это гонка закончится!”.

Но действительность постепенно угнетала ее все сильнее. Да,

---

она достигла успеха. Но это был тот единственный успех, который корпоративна” Америка могла ей предложить. “Я не видела никакого выхода, — вспоминает Хилл. — Рост продаж прекратился. Единственное, что мне оставалось — это перейти в менеджмент, а это предвещало снижение доходов и новый старт в карьере”.

### *Лихорадка*

Тогда Хилл ни о чем не подозревала, но в действительности она уже заболела — заболела предпринимательской лихорадкой. Пока она работала на других, она не могла быть счастлива. И единственным лекарством от этой болезни было начать свой собственный бизнес.

“Я начала понимать: большую часть времени я делала то, что ненавидела. Я любила продавать, но только 10% моего времени уходило на продажи. Остальное время я имела дело с бюрократией: выбивала заказы, боролась с администрацией, внедряя что-то новое, корректировала счета в компьютере, целыми днями проверяла правильность своих комиссионных. Я не распоряжалась собственным, временем”

Несмотря на то, что Хилл приносила фирме прибыль, она была пешкой в чьей-то шахматной партии. Каждый год правление перетасовывало коммерческие кадры. В течение года она отдавала много времени и сил поиску и привлечению новой клиентуры. И вот, когда казалось, что новые клиенты уже готовы делать заказы, ее внезапно перебрасывали на незнакомую территорию. Готовую клиентуру и ее заказы получал кто-то другой.

“Часто невозможно было получить деньги, заработанные еще в прошлом году, — вспоминает она. — Если вы хотели заработать в этом месяце, вам необходимо было продать больше товара”.

### *Перелом*

Хилл попала в ловушку. Если бы в обществе ничто не изменилось, она была бы обречена, словно белка в колесе, крутиться так до выхода на пенсию. Хилл была не единственной, кто оказался в таком положении. Миллионы жили так же в 80-х годах из-за роста цен и падения жизненного уровня миллионы были вынуждены работать по 60-80 часов в неделю, чтобы свести концы с концами. Немногие счастливики, которые, подобно Хилл, сумели подняться наверх, часто жертвовали для этого здоровьем и душевным спокойствием. Дети томились в детских садах. Изможденные мужья и жены, еле-еле добравшись после работы домой, молча съедали приготовленный на скорую руку ужин и забывались в тяжелом сне, чтобы завтра начать все сначала. Хилл повезло, что кризис застиг ее именно в этот момент.

---

Начался 1986 год. Подул ветер перемен. Как и Терри Хилл, многие молодые профессионалы были сыты по горло своей работой. Их недовольство росло, и, подобно американским колонистам в 1776 году, многие были настроены радикально.

### *Америка преображенная*

Хилл и ее поколение были не первыми, мечтавшими оставить свою работу. В былые времена разочарованные клерки и разорившиеся владельцы магазинов садились в фургон и отправлялись на Запад. Но за последние сто лет многое изменилось, и этот вариант уже не работал. Но в 80-х годах для беспокойных и упорных вдруг открылись новые горизонты.

Небольшая группа компаний, опиравшихся на новые технологии и маркетинговые идеи, сделала ставку на изменение образа жизни американцев. Они предложили всей Америке формулу молниеносного роста. Они дали шанс всякому начать свой бизнес при минимальных затратах, работать в комфортабельных домашних условиях и *мгновенно* достичь богатства, которое большинству не снилось и в самых волшебных снах. Эти идеи были поистине революционными. И жизнь Терри Хилл они действительно изменили до неузнаваемости.

К концу 90-х под воздействием этих идей Америка должна была полностью преобразиться.

Это и была третья волна.

### *Что такое “третья волна”?*

Третья волна — это третья и наиболее мощная фаза начавшегося 60 лет назад крутого экономического подъема.

В 1941 году на доктора Карла Ренборга снизошло озарение. В 1920 году он отбывал заключение в китайском лагере для интернированных. Сидя на голодной диете, он по достоинству оценил значение пищи в жизни человека. Будучи химиком, он изобрел новую, добытую из люцерны, водяного кресса, петрушки, различных витаминов и минералов, пищевую добавку. Чтобы продавать свой продукт, он создал компанию, которая называлась “Nutrilite Products, Inc.”.

Эта фирма существует до сих пор как подразделение корпорации Amway. Она и сейчас производит превосходную продукцию. Но имя Ренборга осталось в истории не благодаря изобретенной им добавке, а благодаря системе, которая радикальным образом изменила жизнь целого поколения американцев.

До появления системы Ренборга большинство людей было поработщено существовавшей системой оплаты труда. Они обменивали свой труд на линейный доход — фиксированный или почасовой тариф, который был связан непосредственно с количеством проведенного на работе времени.

Можно, конечно, делать хорошие деньги и через линейный доход. Некоторые консультанты получают сотни или даже тысячи долларов в час. Но они должны отработать этот час, чтобы получить за него! Если они заболеют, то лучше им не болеть долго. Ведь никто не оплатит консультанту время, проведенное в кровати.

“Вы никогда не будете свободным, оставаясь при этом профессионалом, который продает свои часы за доллары, — говорит Джерри Рубин, лидер находящейся в Арлингтоне, штат Техас, фирмы “Life Extension International”. — Можно получать 100 долларов в час, но вы обязаны всегда быть на высоте и быть на работе каждый час”.

Когда вы работаете за линейный доход, нужно постоянно быть готовым выполнять любые команды. Если ваш босс хочет видеть вас за рабочим столом в девять утра — лучше прийти на работу вовремя. Если клиент назначил вам встречу с утра пораньше в Латинской Америке, постарайтесь не опоздать на самолет! Как во времена рабства: хозяин решает, где вы будете находиться в течение рабочего дня.

Именно поэтому на протяжении всей истории человечества промышленники, избегая рабства линейного дохода, пользовались энергией и трудом других людей, чтобы освободить себе время для того, чтобы наслаждаться жизнью!

По этому поводу Джон Поль Гетти сказал следующее:

“Я бы предпочел иметь один процент усилий каждого из сотни людей, чем сто процентов моих собственных усилий”.

Понятие “сетевой маркетинг” не значитсЯ ни в одном стандартном словаре бизнес-терминов. Да и сами сетевики все еще не договорились о том, что он означает. В отсутствие стандартного определения я предлагаю свое: “Сетевой маркетинг — это любой маркетинговый метод, который позволяет независимым коммерческим представителям принимать на работу других коммерческих представителей и получать комиссионные от их торговых сделок”.

По такому принципу работала компания Ренборга “Nutrilite Products, Inc.”, которая вообще не нанимала никаких торговых сотрудников. Вместо них Ренборг набирал армию независимых дистрибьюторов. С этой системой он мог бы вести всю национальную торговлю без всяких зарплат и предоплат. Ему не нужно было даже платить комиссионных, пока его дистрибьюторы не осуществили продажи!

---

Важно, что новая система освободила Ренборга от связанной с самым тысячами торговцев головной боли. Дистрибьюторы делали все сами! Чем больше новичков они приводили, тем больше получали денег. Ренборг запустил безостановочную цепную реакцию. Его коммерческая сеть, которая непрерывно росла, быстро сделала его богатым.

Компания Ренборга позволяла дистрибьюторам получать комиссионные только с тех, кого они приводили лично. Это была “одноуровневая” компания. Но сегодняшние фирмы, применяющие сетевой маркетинг, часто дают возможность дистрибьюторам получать комиссионные с нескольких уровней или “поколений”. Другими словами, они дают вам процент от продаж дистрибьюторов, которые были завербованы вашими дистрибьюторами, и так далее.

По этой причине сетевой маркетинг часто называют “многоуровневым маркетингом”, или для краткости MLM. Разнообразие ради в этой книге будут использованы оба термина.

### *Геометрическая прогрессия*

“Что бы вы предпочли иметь: 100 000 долларов или пенни, который удваивается каждый день в течение месяца?”. Сетевики использовали эту загадку десятилетиями. Правильный ответ — вы выбираете пенни, потому что через 31 день, благодаря волшебству геометрической прогрессии, один пенни превратится в 21 миллион долларов.

В сетевом маркетинге ваша “downline” (дословно — нижняя линия — те дистрибьюторы, которых вовлекаете в этот бизнес непосредственно вы), то есть дистрибьюторы ваших дистрибьюторов и так далее, — это сеть, которая теоретически растет в геометрической прогрессии. Например, Вы вовлекаете пять человек в первый месяц, и каждый из них вовлекает еще по пять в следующем месяце. И так далее. Теоретически через шесть месяцев ваша сеть будет состоять из 19 530 человек.

Типичная компания, применяющая сетевой маркетинг, позволит вам получать комиссионные за весь тот продукт, что был продан оптом всем 19 530 дистрибьютором. Если каждый покупает изделий всего лишь на \$100 каждый месяц и если ваши комиссионные составляют 10% от каждого, это значит, что ваш заработок составляет \$195 300 в месяц!

В этом-то и заключается мистика MLM. По некоторым причинам (об этом я расскажу позже) лишь немногие достигают такого уровня доходов. Однако мечта каждого сетевого — стать миллионером за короткий срок и получать ежемесячно большие комиссионные.

Для Ральфа Оутса геометрическая прогрессия стала реальностью. Сетевой маркетинг открыл ему путь к неуловимой для многих американской мечте. В течение 23 лет Оутс водил грузовик за 35.000 долларов в год. Он проводил за рулем долгие часы, а иногда и дни. Это была утомительная и неблагодарная работа. Оутс очень уставал. Но ничего другого, кроме как водить автомобиль, он не умел.

“Каждый раз, когда я планировала что-нибудь купить, — вспоминает его жена Кати Оутс, — Ральф обычно сообщал мне, сколько миль он должен проехать, чтобы заработать на эту вещь”.

Как-то Кати узнала о сетевом маркетинге. В свободное время она стало продавать фильтры для очистки воды. Сначала Ральф ворчал, думая, что она тратит время впустую. Но когда Кати через четыре месяца принесла домой 14000 долларов, он снял свои возражения. Ральф оставил работу и стал партнером жены. За первый год они заработали 100 000 долларов. Шестью годами позже их состояние оценивалось уже в 7 миллионов. И хотя потом они отошли от дел и переехали во Флориду, их состояние продолжало расти. Они получили 1 миллион остаточного дохода в течение первых двух лет после ухода на “пенсию”.

*“Это не так просто”*

Конечно, большинство сетевиков таких денег не зарабатывает. Обычно 90% дистрибьюторов устают прежде, чем получают какой-нибудь доход. На практике “сетевая” геометрическая прогрессия имеет тенденцию иссякать на третьем или четвертом уровне. И согласно большинству компенсационных планов дистрибьютор должен вкладывать много денег, чтобы оставаться конкурентоспособным.

Короче говоря, сетевой маркетинг — это реальный бизнес. С проблемами и риском реального бизнеса. Это не лотерея. И секрет успеха в нем заключается в упорном труде, некотором количестве денег и большой настойчивости. Успех не приходит за одну ночь. Но если вы полностью отдадитесь делу, вы найдете то, что ищете...

### *Хитроумная пирамида*

Конечно, Терри Хилл, наш несчастный торговый представитель компании “Хегох”, слышала о сетевом маркетинге. Более того, она читала о нем в газетах и журналах. Большинство историй выставляют сетевой бизнес в черном свете. Журналисты редко пишут о MLM, обходясь без слов “хитроумная пирамида” или “письма по цепочке”. Если судить по тому, что пишут средства массовой информации, компания сетевого маркетинга является преступным сговором

---

охотников за жадными и легковверными людьми, глупыми домохозяйками и ворчливыми автомеханиками. Они изображают дистрибьюторов MLM болтунами в дешевых костюмах и недорогих кожаных ботинках. Подобно большинству профессионалов, Хилл принимала эти сообщения в прессе на веру. Она боялась сетевого маркетинга как чумы.

Хилл хотела иметь свой собственный бизнес, но, исследуя различные варианты, убеждалась в их бесперспективности. Она даже пробовало продавать страховые полисы — за это платили хорошие деньги. Но ей все время казалось, будто она навязывает клиентам то, что им вовсе не хочется покупать. Затем появилась идея работать с франчайзингом. Она могла позволить себе выбрать этот бизнес и стать полностью независимой. Но для того, чтобы заниматься франчайзингом, нужно было вложить в дело от 50 000 до 300 000 тысяч долларов или даже еще больше. А это значило влезать в долги.

Как-то Хилл увидела в газетном объявление приглашение работать в компании, применявшей сетевой маркетинг. Тут же в ее мозгу, как предупреждение, появились слова: “хитроумная пирамида” и “не будь простаком”. Она почти перевернула страницу. Но вдруг задумалась. Собственно, что она потеряет, если поговорит с этими людьми? В конце концов, она достаточно умна и к тому же профессионал. Если это надувательство, она увидит это через минуту. “Я решила войти в сетевой маркетинг с открытой душой”, — говорит Хилл. И эта открытость через пять лет сделала ее миллионером.

### *Полная финансовая независимость*

Имея сегодня более 5 000 дистрибьюторов, Хилл является главой огромной империи, простирающейся от Северной Америки до Дальнего Востока.

Теперь она может позволить себе роскошь работать ровно столько, сколько считает нужным. (...)

### *Свободное время*

Для огромного большинства сетевиков, зарабатывающих гораздо меньше, чем Терри Хилл, MLM обеспечивает столько свободного времени, сколько вряд ли можно найти где-нибудь еще.

Возьмите, например, Марджори Муссельман. Самая большая сумма, которую она когда-либо получила по присланному ей ее компанией чеку, равнялась 2 800 долларов. Обычно же она получает не больше нескольких сотен. Но доход от сетевого маркетинга помог Муссельман поддерживать семейный бюджет. В отличие от другой работы, которая обеспечивает частичную занятость, бизнес Муссельман позволяет ей быть хозяйкой своей жизни. Она может

---

несколько недель просидеть дома, а остаточный доход все равно будет поступать.

Большинство сетевиков похоже на Муссельман. Они не богаты и, вероятно, никогда не будут богаты, но для них также как и для людей, подобных Терри Хилл, MLM — последняя надежда на финансовую свободу.

### *Эволюция третьей волны*

(...) Сетевой маркетинг только теперь встает на путь нормального развития. Трудности начального этапа только теперь начинают уходить в прошлое. Возникнув 60 лет назад, он успел пройти три фазы развития. Первая закончилась в 1979 году, когда Федеральная Торговая Палата сочла, что “Amway” вела законный бизнес и что это не пирамида.

**Это и была первая волна — “подпольный” период существования сетевого маркетинга.**

Затем накатилось вторая волна. Новые технологии стимулировали взрыв в развитии индустрии сетевого маркетинга в 1980 году. За одну ночь возникали тысячи новых компаний. Миллионы американцев включались в MLM-бизнес.

Но техника все еще была несовершенной. Вторая волна в развитии сетевого маркетинга оказалась для многих слишком трудным и сложным периодом. Стало ясно, что технология еще не готова к рынку.

Сетевики второй волны рассчитывали, главным образом, на свои личные качества. Чтобы превзойти других, нужно было быть личностью. Дистрибьюторы самостоятельно, вручную обрабатывали горы бумаг, заполняли заказы на изделия, следили за всеми документами, вовлекали новичков и ночи напролет разговаривали по телефону с дистрибьюторами своей даунлинии. Дистрибьюторы второй волны проводили презентации в гостиницах и выступали перед публикой. А ведь недавно социопсихологи открыли, что большинство людей боится публичных выступлений.

Таким образом, дистрибьютор второй волны должен был быть предпринимателем от Бога. Большинство же людей не наделено подобным даром.

### *Третья волна — улучшение условий труда*

Третья волна изменила все. Подобно изготовителям сложной электронной техники, компании сетевого маркетинга работали над упрощением сетевой методики. И сейчас они пожинают плоды своего труда.

Сегодня наиболее совершенные видеомэгнитофоны просты для

---

программирования. Достаточно назвать время и дату программы, которую вы хотите записать, и аппарат выполнит все сам.

Мораль? Чем совершеннее техника, тем проще с ней работать.

Точно так же обстоят дела с компаниями третьей волны. Наиболее передовые компании, применяющие сетевой маркетинг, делают сегодня упор, прежде всего, на упрощение работы. Они используют компьютеры, систему управления и телекоммуникации, чтобы как можно больше облегчить жизнь среднего дистрибьютора. Они подвели мечты Ренборга к практическому воплощению.

Десятилетиями сетевики обещали массам финансовую свободу. Но лишь с наступлением третьей волны это обещание было полностью реализовано.

### *Позвольте работать системе*

Технологии третьей волны позволяют успешно работать даже самым обыкновенным людям. В современной компании третьей волны дистрибьюторы располагают системами, средствами и технологиями XXI века, которые упрощают, стандартизируют и автоматизируют наиболее трудные технические аспекты бизнеса.

Начинающему дистрибьютору нет необходимости долго готовиться к первому разговору с кандидатом в дистрибьюторы. Он просто звонит опытному наставнику, который разговаривает с новичком и, используя возможности трехлинейного электронного телефона, слушает и учится, как надо проводить первые беседы с новичками. Дистрибьюторам больше не нужно думать о том, где держать товары, не нужно исписывать горы бумаги. Они просто направляют заказчиков, те звонят по бесплатному номеру и делают заказ. Компания выполняет этот заказ, кредитует его выполнение на определенного дистрибьютора, и в конце месяца компьютер выдает этому дистрибьютору чек.

Ушло то время, когда каждый дистрибьютор действовал как руководитель, наставник, оратор и лидер своей сети. Дистрибьютор третьей волны приглашает новичков, которые сидят у себя дома, посредством спутникового телевидения поговорить с главным наставником фирмы, находящимся в телестудии.

(...) Компания третьей волны похожа на самый современный, активизируемый голосом автоответчик. Внутри — масса сложных микросхем, а снаружи — всего несколько кнопок. Подобным образом устроены MLM-компании третьей волны. Они оснащены мощной вычислительной техникой и сложными системами управления, но для дистрибьютора с каждым днем работать становится все проще и проще.

Как ни парадоксально, при всей этой компьютеризации роль человека только увеличивается; каждый отдельный дистрибьютор становится все более и более ценен.

Компьютеры выполняют все больше работы, освобождая человека для того, чтобы он мог сосредоточиться на тех вещах, которые делает лучше компьютера: планировании, разработке стратегии, решении проблемы и общении с другими людьми. И дистрибьюторы третьей волны находят невиданные раньше пути роста производительности.

В любой сфере деятельности автоматические системы освобождают человека от ненужного труда. В большинстве отраслей промышленности это освобождение связано с сокращением штатов. Но ни одно рабочее место не интегрирует человеческий фактор быстрее и успешнее, чем организации третьей волны.

### *Почему пресса игнорирует успехи третьей волны*

(...) Преднамеренно или нет, но пресса игнорирует то положительное, чего достиг сетевой маркетинг. Например, компании “Amway” или “Mary Kay Cosmetics” часто упоминаются в деловых статьях как процветающие, но крайне редко как сетевые или как MLM-компании. Эти запрещенные фразы, главным образом, возникают в отрицательных историях, связанных с компаниями, к которым предъявляются иски или чью деятельность расследуют правоохранительные органы.

Но поскольку третья волна эволюционирует, то средствам массовой информации становится все труднее игнорировать очевидное.

(...)

Сетевики обвиняют журналистов в том, что те обходят вниманием их индустрию. Но не следует во всем винить репортеров. Даже наиболее благосклонные журналисты должны иметь контакты в деловом мире, чтобы добывать информацию. А постоянно растущий успех сетевого маркетинга, конечно, был одним из самых охраняемых секретов в корпоративной Америке.

“Мы не занимаемся сетевым маркетингом!” — заявил ответственный за связи с общественностью одной крупной компании.

“Я хочу сказать, что мы не являемся одной из тех компаний, которые работают по схеме пирамиды: делают деньги, вербуя людей, вместо того, чтобы продавать товар”, — объяснил он.

Вот это ответ! Человек переиначил термин “сетевой маркетинг” так, чтобы тот обозначал “фронтлоадинг” (frontloading) — запрещенная практика, в рамках которой новых дистрибьюторов

---

заставляют закупать непомерное количество товара, гораздо больше, чем они способны продать. Компании, практикующие такие методы, могут действительно делать деньги вне зависимости оттого, продано что-то или нет. Если бы это было настоящим определением сетевого маркетинга, вся эта индустрия сидела бы на скамье подсудимых. Не удивительно, что он не признал этого!

В подобные словесные игры играют во всем мире. Играют, скрывая правду и давая репортерам пищу для размышлений. Представитель одной из компаний отрицал тот факт, что они используют в своей работе сетевой маркетинг, лишь на основании того, что его компания платит комиссионные только на первом уровне. Похоже, он не подозревал, что первая в истории MLM компания “Nutrilite”, принадлежавшая Карлу Ренборгу, также платила дистрибьюторам только за первый уровень!

Сколько ни отрицай, а факт остается фактом: эта компания позимствовала сетевой маркетинг потому, что он приносит плоды. Со временем эта замечательная методика полностью освободится от грязи предубеждений, которая на нее налипла, и мы еще будем потрясены тем, какое широкое распространение получит это полуподпольное рыночное изобретение.

### *Урок франчайзинга*

Пусть вас не беспокоят опутывающие сетевой маркетинг противоречия. Новое всегда сначала встречают в штыки и отрицают. Когда появился франчайзинг, он сначала испытывал не меньшее давление со стороны прессы и населения. Причины были те же.

Он появился в далекие 50-е годы, когда “McDonald’s”, “Midas Mufler” и еще горстка смелых компаний обнаружили, что способны расти в десять раз быстрее, чем другие фирмы. Вместо того, чтобы выбрасывать миллионы долларов на строительство и эксплуатацию новых магазинов, они позволили независимым компаниям делать это вместо них. И эти компании к тому же должны были оплатить такую привилегию!

Это была прекрасная идея. Но средства массовой информации набросились на нее, как голодные акулы. Министр юстиции и генеральный прокурор осудили новый метод маркетинга. Некоторые конгрессмены требовали полностью запретить франчайзинг.

Но как быстро все меняется! Сегодня оборот франчайзинговых компаний составляет 35% от всей розничной торговли Соединенных Штатов. Акции многих компаний высоко котируются на Нью-Йоркской фондовой бирже. В то время как большинство сегментов американской экономики находятся в состоянии стагнации, уровень продаж через франчайзинг достиг \$803,2 миллиарда в 1992 году, то есть прирост составил 6% по сравнению с предыдущим годом.

---

Франчайзинг выдержал нападки прессы по одной простой причине — он работает. И работает лучше, чем альтернативные варианты.

Свойственные франчайзинговым компаниям внутренние силы дают и неоспоримое преимущество перед традиционными компаниями.

### *Отделяйте зерна от плевел*

Конечно, сетевой маркетинг, франчайзинг и любой другой нормальный бизнес представляют больший сектор экономики, чем разного рода жульнические компании. Существуют очень простые способы отличить жульнические компании от легальных фирм. Если вы хотите стать сетевым дистрибьютором, вы должны хорошо подготовиться.

Умный предприниматель всегда проведет тщательное исследование, прежде чем бросаться в объятия компании, пусть даже она и выглядит солидно.

### *Не сдавайтесь*

(...) В 60-х годах Америка знала Джерри Рубина пучеглазым бунтарем, который прославился тем, что швырнул на пол Нью-Йоркской фондовой биржи сотни однодолларовых купюр. Также он был известен своей тяжбой с фирмой “Chicago Seven”. В 80-е годы, одетый в дорогие костюмы, он постоянно крутился в шикарных ночных клубах Нью-Йорка, устраивая MLM-вечеринки. На этом он нажил немалый капитал.

Но, подобно многим самодовольным парням 80-х, Рубин получил хорошую встряску. Это случилось, когда в 1987 году рухнул рынок ценных бумаг. За одну ночь Рубин потерял 700 000 долларов. К тому же его бизнес в ночных клубах шел все хуже и хуже. Рубин был разорен. Теперь он одиноко сидел в своем офисе и изучал деловые предложения в газетах. Однажды его внимание привлекло приглашение новой MLM-компании “Omnitrition”, продававшей витаминизированные напитки. Сначала Рубин засомневался.

### *Печальный опыт*

“В 1983 году я прогорел вместе с одной MLM-компанией: я приступил к работе, а через шесть месяцев после этого она объявила о своем банкротстве”. (...)

Рубин смеялся, наблюдая, как его друзья Ричард и Кэрл Кэлл

---

сменяли одну MLM-компанию за другой. Неудачи, казалось, следовали за ними по пятам. Каждая компания, в которую они устраивались, тут же вылетала в трубу. Рубин считал их “сосунками”, но восхищался их настойчивостью.

“Но Ричард и Кэрол не сдавались, — говорит Рубин. — Прошло несколько лет, и Ричард начал работать в компании “Nu Skin”. Сегодня они — мультимиллионеры. Семя Кэлл была вознаграждена за свое упорство, а мой цинизм завел меня в тупик. Это заставило меня призадуматься”

Рубин решил испытать судьбу в последний раз. Он ответил на приглашение “Omnitritton”. “За первый год работы, — пишет он, — я стал одним из самых высокопродуктивных дистрибьюторов фирмы”. (...)

*Уйдите сами, прежде чем вас уволят*

“Сокращение синих воротничков в 80-х выглядит бледно по сравнению с сокращением белых воротничков в 90-х, — говорит ведущий экономист Поль Зейн Пильцер.

За последние десять лет из-за того, что компании сливались, а предприятия закрывались, миллионы людей потеряли работу. Не надо надеяться, что в будущем ситуация улучшится. Продолжающийся спад в экономике — это не фаза какого-то цикла, а следствие фундаментальных изменений, которые поочередно затрагивают то один, то другой сектор экономики. Одним из “побочных продуктов” этих изменений будет массовая и длительная безработица.

Причина этого — технический прогресс. Рабочих заменяют автоматизированными линиями, а клерков — компьютеризированными системами управления.

“Компании производят тот же самый комплекс товаров и услуг, но с меньшим количеством рабочих и служащих, — говорит Пильцер. — Массовые сокращения — и в то же время растущая производительность! В самом ближайшем будущем мы будем свидетелями фантастического экономического роста. Но вместе с этим увидим и 20-процентную безработицу. Звучит противоречиво. Но это — действительность!” (...)

*Белые воротнички MLM*

Многие незанятые профессионалы идут работать в компании сетевого маркетинга. Та же самая автоматизация, что лишила их работы в “Fortune 500”, дает возможность расширить сектор третьей волны.

Вербовщики работают не покладая рук, пожиная плоды увольнений. Они берут на прицел уставших от постоянной гонки

---

---

докторов, адвокатов, брокеров и президентов развитых компаний.

### *Десятилетие триумфа корпорации “Amway”*

По крайней мере, два всемирно известных “финансовых метеоролога” предсказали, что компании, использующие сетевой маркетинг, будут процветать в самые трудные времена.

Это Джеймс Дейл Дэвидсон, советник ООН и президентов США, экономический поверенный Джорджа Буша и Билла Клинтона; и лорд Вильям Рисе Могг, его коллега и соавтор, член Британской Палаты лордов и бывший редактор “Times of London”, советник некоторых богатых инвесторов.

В ранее изданных книгах эта пара ошеломила мир своими мрачными, но точными прогнозами. Помимо всего прочего, они предсказали крах биржи ценных бумаг в 1987 году, падение коммунизма, банкротство американского рынка недвижимости и конец “японского чуда”. В своей последней книге “Точный расчет: защитите себя от приближающейся депрессии”, они предсказывают, что 90-е годы все будут вспоминать как “время процветания корпорации “Amway”.

“Бизнес, процветающий в тяжелые времена, это неофициальный бизнес, выполняемый на дому, — пишут они. — 1990-е годы будут десятилетием бизнесменов из “Tupperware”, “Avon” и “Amway”

Все три перечисленные компании используют сетевой маркетинг.

### *Неукротимая сила MLM*

Корпоративная Америка получила серьезных конкурентов в лице компаний, использующих сетевой маркетинг. Эти компании уже показали, что они сильны и способны выжить.

В 1987 году казалось, что корпорация “AE&T” непоколебимо стоит на ногах. Но пятью годами позже этот могущественный гигант уступил 15% своего рынка компаниям “MC1” и “US Sprint”. Что общего было у этих двух выскочек? Обе компании использовали MLM.

Шаг за шагом сетевики обгоняют компанию “Fortune 500” И самые большие корпорации Америки уже решили, что лучше переключиться, чем бороться. Компании “Colgate”, “Palmolive”, “Gillette” и “Coca-Cola” находятся среди тех, кто начал распространять некоторые наименования своей продукции по М.М.-программам. “Avon” и “Fuller Brush”, которые вели прямую торговлю, со временем понесли большие потери по сравнению со своими сетевыми конкурентами, по многим показателям, также подключились к торговле по MLM-программам.

“Сегодня нет лучшего пути, чем передать товар прямо в руки потребителю”, — говорит Вильям Пликайтис, администратор

---

компании “US Sprint”.

Корпорация “Amway”, основанная в городе Ада, штат Мичиган, является одной из немногих компаний, которые наглядно подтверждают наши слова о могуществе сетевого маркетинга. В большинстве статей, где так или иначе заходит речь о деятельности “Amway”, авторы избегают слов “сетевой маркетинг”. Но, избегая их, они ничуть не умаляют невероятного успеха компании.

Основанная в 1959 году, компания “Amway” сегодня — одна из самых старых компаний, использующих в своей деятельности сетевой маркетинг. Благодаря агрессивной программе инноваций, компания “Amway” удвоила продажи. Начиная с 1990 и по 1993 гг. их бюджет ежегодно увеличивается на 4,5 миллиарда долларов.

У этого международного монстра — более 500 производственных филиалов, свыше двух миллионов независимых дистрибьюторов;

компания предлагает 12 000 наименований изделий и услуг: от шампуня и кухонных чистящих средств до бытовых приборов и предоставления связи по международным телефонным линиям. Основатели “Amway” Джей Ван Андел и Рич Де Воз, согласно списку самых богатых людей Америки “Forbes 400”, по состоянию на 1993 год занимают одиннадцатое место.

В то время как другие американские корпорации жалуются на непреодолимые барьеры, препятствующие торговле с Японией, японское подразделение “Amway” может похвастаться ежегодным объемом продаж, приближающимся к миллиардной отметке. Весь секрет “Amway” заключается в компенсационной структуре MLM, которая стимулирует работу японских дистрибьюторов.

“Возможность избежать жесткой японской иерархии старшинства привлекает молодых, 20-30-летних японцев в ряды “Amway”, — говорится в опубликованной 21 сентября 1990 года статье “Wall Street Journal”, который, как обычно, даже не упомянул термин “MLM”. — В обществе, где главное — наличие налаженной сети контактов между людьми, система продажи через знакомых работает особенно хорошо”.

### *Она надвигается*

И в этом нет никаких сомнений. Третья волна идет. Ее появление уже ощущается. И в ее окончательной победе нет никаких сомнений. В отличие от предыдущих “волн”, сетевой маркетинг третьей волны возьмет корпоративную Америку фронтальным приступом. В будущем, когда тысячи телевизионных каналов будут бороться за наше внимание, а на каждого потребителя ежесекундно будет обрушиваться шквал высокоинформативной рекламы, лишь сетевой маркетинг сможет пробить кокон потребительской апатии. Тогда третья волна проникнет в каждый дом, в каждую гостиную.

---

---

Компании, которые раньше других начали создавать инфраструктуру третьей волны, в грядущие десятилетия будут господствовать на рынке. (...) Для тех, кто ценит американский дух предпринимательства, третья волна станет маяком надежды. В эпоху, когда бюрократы мрачно распевают оду в честь необходимости индустриальной стратегии, управляемой правительством, когда мелкий бизнес обложен налогами, когда гигантские корпорации слились в супермонополии, охватывающие целое полушарие, некоторые думают, что времена индивидуального предпринимательства миновали, что Американская мечта стала архаизмом. Они думают, что наши дети должны будут жить в предельно регламентированном, с ограниченными возможностями роста и с низким жизненным уровнем будущем.

Но сетевой маркетинг (...) смело обещает богатство, свободу и бескрайние горизонты развития тем, кто храбро ищет. В сетевом маркетинге сегодня наиболее полно воплощается американский дух свободного предпринимательства. (...)”.

Теперь предлагаю Вам прочесть статью из американского журнала “Аплайн”.

### *Три фазы роста сетевого маркетинга*

Тщательно рассмотрев историю свободного предпринимательства, мы узнали, что каждая индустрия в своем развитии проходит три предсказуемых фазы. Теперь, когда у Вас есть знание исторической перспективы. Вы можете предугадать, что вскоре последует и как лучше подготовиться к будущему. В этой статье, которая является переделанной на современный лад версией текста, написанного еще в 1990 году, специалист по исследованию бизнеса, философ, большой почитатель и друг сетевого маркетинга Нейл Андерсон из Канады рассматривает вопрос о том, в какой точке своего развития находится сейчас MLM, и что ждет нас там, за поворотом, куда нам предстоит идти дальше. Посмотрите, где Вы сами и Ваша компания находитесь на сегодняшний момент. И Вам откроется понимание того, что ждет в будущем Вас, да и всех нас тоже.

### *Пример с РС*

В конце семидесятых, самом начале восьмидесятых годов началось производство домашних компьютеров (позже их стали называть персональными компьютерами — РС). Три группы людей проводили научные исследования технологии, которая была новой в то время.

Первая группа была представлена людьми, сразу принявшими эту технологию, но этих энтузиастов было, прямо скажем, немного

---

(всего 2% от рынка сбыта). Они играли в видеоигры и создавали современные прикладные программы, правда, с весьма ограниченными возможностями.

Во вторую группу входили те, кто не мог не заметить скрытый потенциал РС, но занял выжидательную позицию — мол, “вы пока копы ломайте, а мы поглядим, что получится”. И таких людей было больше — около 15% от рынка сбыта.

Третью группу составляли скептики. Они все подвергали сомнению, особенно предсказания, в которых говорилось о важности этой новой технологии для общества в целом. Множество людей видело в компьютерах угрозу человечеству. Эта группа была самой многочисленной — около 70% потенциальных покупателей.

Это и была первая фаза развития индустрии персональных компьютеров. В 1983 году лишь у одного из 80 человек был дома собственный компьютер (1,3%). Такие компании как “Commodore”, “Atari”, “Osborne” и “NABU” производили компьютерную технику для широкого потребителя. Когда “Commodore” начала выпуск “Commodore 64” и их поставку в школы, все энтузиасты сочли, что этой компании на роду написано стать величайшей компанией по производству компьютеров в мире. Однако жизнь внесла свои коррективы: технология не выдержала испытания временем. Скептики обрушились на тот факт, что качество печати принтеров “IBM Selectric” было чрезвычайно низким, и что возможности самих компьютеров были настолько малы, что не представлялось возможным использовать их для решения большинства бизнес-задач.

В конце восьмидесятых — в начале девяностых индустрия персональных компьютеров сделала огромный рывок вперед и вошла в свою вторую фазу роста. Новые силы влились в индустрию. Новейшие высококачественные принтеры пришли на смену старым, производства “IBM Selectric”. Мощности самих компьютеров возрастали невиданными темпами. Сначала компания “Apple”, за ней “IBM” и занявшая теперь лидирующее положение “Microsoft” начали создавать программы, которые стали более “дружелюбными” по отношению к пользователям.

Теперь персональный компьютер есть дома у каждого четвертого (а это 25%). Никто больше не подвергает сомнению необходимость персональных компьютеров: мы подошли к концу второй фазы, когда эта технология была принята большинством потребителей как полезная для широкого использования. Некоторые аналитики предсказывают, что количество потребителей персональных компьютеров на дому в следующем десятилетии возрастет до 75%, то есть трое из четырех будут иметь его дома. Для индустрии начинается третья фаза, в течение которой она переходит в стадию полной зрелости. И продукция, и услуги развиваются многосторонне, эта фаза характеризуется процессом слияния и конкурентной борьбой. Армия

---

---

скептиков теперь влилась в ряды покупателей, продукция и услуги перестали быть желанным излишеством, превратившись в насущную необходимость.

Рост индустрии персональных компьютеров, программного обеспечения и информационных технологий вызывает огромный интерес, потому что, если сравнить эту индустрию с другими видами промышленности, она прошла свой путь развития за сравнительно короткий период времени, этот процесс происходил буквально на глазах современных людей. Как и многие другие сферы бизнеса, индустрия РС на пути своей эволюции прошла три четкие фазы роста:

Фаза 1 — инновация: самая ранняя, характеризующаяся множеством экспериментов, поисков и поражений.

Фаза 2 — инфраструктура: промышленность совершенствует свою продукцию и спектр услуг, внедряет всевозможные технологические решения, консолидируется и движется в основном направлении.

Фаза 3 — комплексное развитие: индустрия становится зрелой, развивается многосторонне, возрастает конкурентная борьба.

Прежде чем я объясню Вам, как эти три фазы можно проследить в развитии сетевого маркетинга, обратимся к еще одному и потому хорошо известному примеру: автомобильной промышленности, путь развития которой был гораздо длиннее, нежели у индустрии РС.

Когда-то давно автомобиль называли “безлошадной самобеглой повозкой” или “механической невестой”, потому что энтузиасты-автомобилисты были просто влюблены в свои машины. Ни один скептик в то время не мог предположить, что автомобиль заменит лошадь: ведь для автомобилей необходимы были ровная, пригодная для передвижения дорога, топливо на все время пути, ремонтные услуги для бесперебойной работы двигателя. Поэтому автомобили в то время не могли найти широкого применения. Господа Понтиак, Плимут, Шевроле и другие — все они были первопроходцами во времена первой фазы.

Во время второй фазы были построены хорошие дороги, скоростные магистрали и так называемая хайвен (инфраструктура), были разработаны усовершенствованные покрышки и двигатели (новые технологии). Все это открыло двери для широкого применения автомобилей, например, для путешествий на большие расстояния и массовых транспортных перевозок. Вторая фаза автомобильной промышленности была отмечена сначала рождением компании Форда, а вслед за этим еще двух гигантов: “Дженерал Моторс” и “Крайслер”.

Третья фаза принесла появление на рынке автомобилей японского производства и многообразие в развитии самой промышленности. На сегодняшний день автомобиль уже не роскошь, а насущная необходимость для огромного количества людей (Вы не просто “хотели бы его иметь”, но Вам “необходимо его иметь”). Эта

---