

ДЖЕЙМС У. РОБИНСОН

ИМПЕРИЯ СВОБОДЫ

*История компании «Atway»,
и что она значит для тебя*

Компания «Amway» - лидер прямых продаж и многоуровневого маркетинга на мировом рынке. Феноменальный триумф когда-то маленькой фирмы, начавшей свою деятельность только в 1959 году, основан прежде всего на успехе всей команды, каждый член которой ощущает себя лидером. Эта книга - история об удивительном развитии бизнеса, который позволяет людям поверить в свои способности и делать великие дела с помощью частного предпринимательства.

Издание предназначено для широкого круга читателей.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Превращение компании «Amway» из предприятия, начавшего свою деятельность в 1959 году в полуподвальном помещении одного из домов небольшого городка, в мультимиллиардный удивляющий весь мир феномен, в который вовлечено два с половиной миллиона человек в более чем 90 странах - одна из самых захватывающих историй успеха в бизнесе. Но она означает гораздо больше, чем успех. История компании «Amway» ярко и веско напоминает нам, что ценности, которых мы придерживаемся, - свобода, частное предпринимательство, личная инициатива, персональная ответственность и семья - остаются универсальными и по возможности проявления, и по притягательности. Запущенные в действие однажды, они непобедимы, и их невозможно остановить ни в какой стране или культуре.

Должен ли действительно удивлять нас тот факт, что, когда компания «Amway» открывает свои офисы в странах, недавно освободившихся от ярма социализма, десятки тысяч надеющихся людей, стремясь войти, фактически сносят двери? Привлекательная формула компании «Amway» - создавать благоприятную возможность недорогого бизнеса для среднего класса и дать таким образом средства для осуществления его мечтаний - взывает к качествам, которые являются не чисто американскими, а общечеловеческими.

Начиналось все это не так. Временем становления компании «Amway» можно считать тот момент, когда два молодых человека с ограниченными средствами поставили перед собой задачу найти более подходящий способ прокормить свои семьи. А закончили они созданием бизнеса, который кормит теперь миллионы семей. Сегодня, являясь организацией, занимающейся преимущественно-прямыми продажами, «Amway» выступает как ведущая сила в мощном экономическом, социальном и политическом движении, которое по существу есть не что иное, как изменение нашей страны. Благодаря дешевым, но мощным и удобным для пользователя средствам связи и информационной технологии, работа не по найму и малое, семейное предпринимательство быстро разрастаются. Как я писал в заключительной части своей недавней книги «Черный понедельник на Мэйн-стрит», в малом бизнесе в ближайшие годы нас ожидает революция, и она окажет исключительное влияние на нашу экономику и на наши политические процессы. «Amway» - это передовой отряд революции.

Быстрое корпоративное развитие компании «Amway», ее влияние на глобальную экономику и роль в изменении способа, которым покупатели приобретают товары повседневного спроса, - все это укрепляет авторитет компании. Но еще важнее то, что история «Amway» - это история о людях. Сверху донизу и с самого начала до конца характер этой компании определяется свойствами характеров ее сотрудников.

Основателей компании, Рича Де Боса и Джея Андела, я знаю больше 20 лет и по их личностным качествам, и в профессиональном плане. Чем больше вы узнаете Рича и Джея, непохожих на

преуспевающих, богатых людей, тем они больше нравятся вам и тем больше уважения вы испытываете к ним. Когда вы думаете о них, сразу же вспоминаете такие понятия, как честность, верность, привязанность к семье и мужество в отстаивании своей точки зрения - будь то бизнес, политика или жизнь - и никакого критицизма или напускной значительности!

Когда Рич и Джей говорят, что этот бизнес прекрасен для семей, они имеют в виду именно это. Для Рича и Джея «Amway» всегда был семейным делом. Все их восемь детей глубоко вовлечены в управление компанией в новом столетии. Когда Рич и Джей говорят, что этот бизнес поможет добиться успеха другим также, как и они достигли его, то они и думают так. Их дружба и партнерство остаются прочными, как скала, в течение более 50 лет. Сколько еще таких же заметных партнерств - особенно в мире большого бизнеса, которые сотрудничали так же долго, вы можете вспомнить? Время от времени между ними пытались вбить клин, но это сделать никому еще не удалось и, по всей вероятности, никогда не удастся.

Автор данной книги, Джим Робинсон, был «юнцом», когда в восьмидесятые годы пришел работать ко мне в Торговую палату США.

«Юнец», который уже тогда готовил некоторые документы для Рональда Рейгана и известных конгрессменов. С самого начала на меня произвели впечатление приверженность Джима к системе свободного предпринимательства и его желание использовать свое владение словом для продвижения принципов, на которых были основаны и Америка, и Торговая палата.

С того времени Джим консультировал некоторых из наиболее выдающихся лидеров правительства и бизнесменов нашей страны. В конце 1980-х губернатор Калифорнии попросил его разработать международный бизнес-план для Золотого штата* и создать за границей сеть из пяти калифорнийских торговых представительств. До этого Джим уже написал пять книг, охватывающих такие темы, как деловые связи, политика и коммерческие возможности во Вьетнаме. Джим представляется мне идеальным человеком, способным рассказать историю компании «Amway», которая вписывает новую главу в историю экономической жизни страны, а также представить «Amway» как феномен, который, несомненно, улучшает жизнь людей в более чем 70 странах мира.

Заняты ли вы бизнесом в компании «Amway» или любым другим бизнесом, - достигли ли личной вершины, которую одолели, или жаждете новых начинаний - я рекомендую вам прочитать эту книгу. Это замечательная история, рассказывающая о простых людях, которые каждый день добиваются чего-то нового и в ходе этого изменяют мир к лучшему.

Ричард Л. Лешер
Президент Торговой палаты США

* Штат Калифорния. - Прим. пер.

ВНИМАНИЮ ЧИТАТЕЛЯ

Эта книга - отчет об удивительном развитии бизнеса, который помогает людям поверить в свои способности делать великие дела с помощью частного предпринимательства.

«Amway» это несколько точно обозначенных идей: бизнес прямых продаж, сетевой маркетинг-бизнес и многоуровневый маркетинг-бизнес. По сути, «Amway» - это бизнес лидерства. Все дело в людях. Чтобы рассказать об этой истории, я собрался поговорить со многими лидерами в этом бизнесе, насколько позволит это сделать мое и их время. Я также получил информацию из блестяще написанных отчетов, которые появлялись в прошлые годы в таких книгах, как «Благотворительный капитализм» Рича Де Воса.

Встречи с этими преуспевающими и оптимистически настроенными людьми обогатили мой жизненный опыт. Я бы мог посвятить еще год, даже два, сбору информации о деятельности компании «Amway», что дало бы мне возможность встречаться с сотрудниками этой компании. Но это история, которая настоятельно требует, чтобы о ней рассказали.

Вокруг нас в жизни так много негативного, но этого нет в компании «Amway». Поэтому возникло желание включить в эту книгу как можно больше историй, рассказанных людьми о возникновении и развитии «Amway», - историй, которые, как я полагаю, будут интересны и полезны многим читателям.

Многим крупным лидерам этой компании я говорю: если мне удалось поговорить с вами и рассказать о вас и вашей организации в данной книге, я благодарю вас за то, что вы поделились со мной сведениями о вашей деятельности и вашей жизни. Если вы считаете, что мне не удалось рассказать о вашей деятельности в «Amway» достаточно убедительно, то, высоко оценивая ваши достижения, я предвкушаю встречу с вами!

Что самое важное, так это то, что мы написали об этом чудесном бизнесе и ознакомили с его обещанием надежды возможно большее количество читателей. Я надеюсь, что вы согласитесь с несколько повышенным интересом к тем, кто упоминается в этой книге и кто не упоминается. Как говорится в пословице «Начавшийся прилив поднимает все лодки».

Тем, кто не участвует в бизнесе компании «Amway», я хотел бы сказать, что на каждую историю, рассказанную в этой книге, приходится 10, 50, 100 историй, которые не рассказаны. Сила этого бизнеса в его массовости и доступности. Люди, которые на следующих страницах делятся впечатлениями о событиях своей жизни и работе в «Amway», были выбраны не потому, что они сами представляют кого-то, а потому, что они представляют явление значительное. Я надеюсь, что они обогатят вашу жизнь, как обогатили мою.

Джеймс У.Робинсон

ГЛАВА ПЕРВАЯ. ПУТЬ К ОТКРЫТИЮ

Для миллионов людей в мире «Araway» предстанет, как только вы подумаете о нем, что он есть. Сумасшедшая идея.

Рич Де Вос

«У меня есть вопрос к тебе». Я был захвачен врасплох прямой манерой Пэта Кауфмана. Пэт и его жена Бетти, признанные в стране лидеры в компании «Amway», достигли в организации International Connection (Международные связи) уровня управляющих прямых дистрибьюторов-«бриллиантов». Я брал у них интервью для моей книги по поводу этого феномена стоимостью в 6,3 миллиарда долларов и был уверен, что вопросы буду задавать я.

«Конечно, Пэт, - согласился я. - Давай вопрос».

«Как это может быть, что ты, взрослый человек средних лет, никогда не слышал об «Amway»? Ты никогда не пересекался с компанией «Amway» раньше?»

Что я мог ответить кроме как: «Это хороший вопрос. Это очень хороший вопрос».

Я занимал высокие должности в бизнесе и в правительстве, писал речи для конгрессменов, кандидатов в президенты, для губернаторов и национальных законодательных собраний. Я помогал создавать политику бизнеса и стратегию международной торговли для «штата-государства» Калифорния, открывал министерства иностранных дел в Гонконге, Японии и Мексике и написал книгу о возникающем рынке во Вьетнаме.

Но я ничего не знал об «Amway», и никто прежде не говорил мне о нем. Во всех тех кругах, в которых работал и вращался, я никогда не знал ни одного простого дистрибьютора компании «Amway». Очевидно, чем шире становится бизнес «Amway», тем большие сегменты профессионального мира должны теперь ознакомиться с компанией.

Если быть совершенно точным, то я встречал одного человека, связанного с бизнесом компании «Amway». Это было в 1981 году, когда я в качестве новичка работал в Торговой палате США, занимаясь написанием речей. Одним из первых собраний, куда я был приглашен, было собрание Совета директоров Палаты. И один человек с харизматической внешностью, произвел на меня глубокое впечатление, напомнив мне Джимми Стюарта и Билла Грехэма из-за их манеры говорить, - они поднимались вместе, чтобы произнести речь. Да, как он говорил! Прекрасные, вдохновенные слова об Америке и частном предпринимательстве. После его речи я подошел к нему и представился.

Это был Джей Ван Анд ел, соучредитель «Amway». Мне понравились его слова. Я знал, что он важная фигура. Но в

действительности я не представлял, чем он зарабатывает на жизнь.

Несмотря на огорчение Пэта Кауфмана, тот факт, что меня никто никогда не уговаривал присоединиться к бизнесу, вероятно, не был большой потерей для компании «Amway». Однако сейчас я представляю, какой большой потерей это было для меня. Разрешите мне рассказать, почему.

В ходе моей карьеры в политике и бизнесе моя работа заключалась в распространении принципов частного предпринимательства и мотивировке ограничения влияния правительства, а также обоснования создания единственной формы правительства, действительно сочетаемой с частным предпринимательством. Я делал свою работу довольно-таки успешно и искренне верил в то, что делал. Теперь же руководители «Amway» учат новых дистрибьюторов - агентов по продаже - владению всем объемом информации о реализуемом продукте: «Вы должны знать продукцию, которую продаете. Вы должны пользоваться этой продукцией».

Но не я. Я продаю частное предпринимательство другим, в то время как большую часть времени правительство собирает зарплату для меня. Это был продукт, которым я не пользовался и никогда Толком не был с ним знаком.

Для меня путь постижения этого был трудным.

В конце 1990 года губернатор Калифорнии Джордж Дюкмейджян после восьми успешных лет работы в Сакраменто слагал свои полномочия. Я был его сотрудником с самого начала. Мы оба — и многие из его администрации - стояли теперь перед перспективой начала новой главы в частной жизни.

Эта проблема волновала губернатора. В течение 28 лет он честно служил калифорнийцам в различных кабинетах. Непохожий на других политиков, он не занимался никаким бизнесом или получением доходов на стороне. Теперь он был готов добровольно отдать бразды правления в обмен за перспективу привлечь клиентов и вести адвокатскую практику в юридической конторе в Лос-Анджелесе.

Я думал, что готов к этому тоже. Я не принял предложения работать в большой корпорации по связям на Западном побережье - отказался от работы, которая давала бы мне денег больше, чем когда-либо я мечтал зарабатывать в своей жизни. Я отказался от нее потому, что считал, что могу сам открыть собственное контору по общественным связям и общественным делам. План казался довольно простым. С бывшим губернатором, как первым моим клиентом (для которого я продолжал бы писать речи, наводил справки и помогал составлять график выступлений), я бы построил свое дело благодаря уже сложившимся важным контактам в правительстве штата Калифорния и в средствах массовой информации.

Представляя свою идею губернатору Дюкмейджиану в последние

месяцы работы администрации, я хорошо запомнил его слова: «Этим стоит заняться. Это твой шанс действительно жить жизнью, которую ты опишешь и попытаешься убедить других жить жизнью независимого предпринимателя, зависящего не от правительства, а только от самого себя».

Я потерпел неудачу. И у меня найдется дюжина оправданий, чтобы объяснить, почему это произошло. Экономика ухудшалась. Люди давали обещания, которых не выполняли. У меня не было достаточной поддержки моих сотрудников. Моя продолжающаяся работа на экс-губернатора также отнимала много времени. Через девять месяцев я вернулся в правительство и был принят на работу с понижением в должности и зарабатывал меньше денег, чем имел в офисе губернатора!

Я затратил много времени, пытаюсь выяснить, что сделал неправильно. Почему я был так слабо подготовлен к жизни в реальной ситуации? Почему проповедовать принципы частного предпринимательства оказалось легче, чем действовать в реальных условиях? Этому я не понимал, пока не узнал людей из «Amway», не послушал их рассказы, которые помогли мне, в конце концов, понять реальную ситуацию. Все свелось к одному: я был напуган. Мне не хватало веры в себя. Я боялся отказа. И был неспособен разработать план для достижения успеха. Я не спрашивал ни у кого помощи, потому что думал, что быть предпринимателем означает, что ты должен делать все самостоятельно.

Теперь-то все кажется таким ясным. Я так привык иметь под рукой крупных, могущественных президентов компаний, генеральных директоров и лоббистов, стучащихся в мою дверь. Я не мог представить, что мне придется стучаться к ним. Это заставляло меня испытывать чувство стыда. Однако я сам нашел номера телефонов бывших помощников и контакты, чтобы подыскать себе дело, в результате ушел от хука - по крайней мере, до следующего дня! Когда я предлагал по телефону нечто без предъявления продукции, то просил ответить речевым e-mail (речевым сообщением по электронной почте), так что я мог отложить возможность вторичного отказа хотя бы еще на час, на день! Какую пользу я мог бы получить от поддержки Митча и Дейдры Сал, прямых дистрибьюторов - тройных «бриллиантов» компании «Amway» из Австралии. Строя свой бизнес в «Amway», они стали специалистами по вопросам, связанным с отказами.

«Я хочу, чтобы вы вспоминали нас, когда дела идут плохо», - любит рассказывать Мич дистрибьюторам о начале их бизнеса в «Amway». Когда они начинали, то получали сорок два отказа подряд от потенциальных покупателей. Вместо того чтобы «выбросить полотенце», они все больше настраивались на успех: «Я хотел спросить людей, которые отвергали нас: “Что с вами? Вы не любите своих детей?”» Вместо этого мы просто решили делать все, что привело

бы нас к успеху».

И они добились. Мич и Дейдра Сала - сегодня одна из наиболее преуспевающих линий финансирования деятельности «Amway» в Австралии.

* * *

Все это быстро промелькнуло в моем мозгу, когда я вел машину на восток по Фултон Роуд из Гранд Рэпидс в холмистую зеленую местность фермерского Мичигана. И сразу же засомневался, правильно ли свернул. Я прилетел в аэропорт графства Кент днем раньше и ничего, кроме молочных ферм, не видел, когда самолет подлетал и приземлялся. Теперь я по-настоящему растерялся. Это не могло быть мультимиллиардным бизнесом, действующим в более чем 90 странах и территориях и прячущимся в этой пасторальной обстановке.

Когда я добрался до гребня следующего холма, то смог увидеть сам город. На протяжении трехсот-четырёхсот метров из контор, предприятий, складов, площадок для погрузки и множества стоянок для автомобилей - все двигалось как в муравейнике: большие деррик-краны, автобусы, полные свежеизготовленной и упакованной продукции для новых прямых дистрибьюторов, отправляющихся на семинары.

Я был в главной штаб-квартире компании «Amway» в Аде, штат Мичиган, - в центре системы управления одной из самых больших компаний по прямым продажам в Америке и двадцать второй по величине частной компанией в стране, насчитывающей более 3 млн. независимых дистрибьюторов, продающих ее продукцию по всему земному шару. Оцениваемая розничная продажа «Amway» поднялась до 6,3 млрд. долларов в финансовом году, заканчивающемся в августе 1995 года, - на 19 процентов выше предыдущего года и в 12 600 раз превысила уровень продаж в 1960 году - первом году работы компании.

Обеспечивают этот объем глобальных продаж свыше 450 ученых и других профессиональных сотрудников, работающих в 57 исследовательских лабораториях и лабораториях по разработке проектов. Компания владеет 100 патентами на продукцию, распространяемую по всему миру, и поддерживает в рабочем состоянии 10 миллионов квадратных футов рабочих площадей с оборудованием, обслуживаемым 13 000 служащих. «Amway» действует в более чем 90 странах и территориях, открыв 30 новых филиалов, начиная с 1990 года.

Размышляя по поводу такого поразительного роста, я съехал с шоссе и стал пристально разглядывать комплекс зданий главного управления. Что же в действительности стояло за таким захватывающим успехом? Как объяснить его? И как это могло случиться в атмосфере всеобщего негативного отношения к компании

«Amway» и другим компаниям, занимающимся прямыми продажами?

Я столкнулся лицом к лицу с таким негативизмом, пока писал эту книгу. Не могу сосчитать, сколько раз мои друзья и коллеги-профессионалы, когда узнавали, о чем идет речь, ухмылялись и говорили: «Нет, Джим, ты все такой же шутник!» И что интересно - прежде никто из них не занимался бизнесом.

Все эти реакции приходили мне на ум, когда в тот теплый летний день парковался на обочине Фултон Роуд. И тогда я подумал о событии, которое недавно засвидетельствовал Джим Дорнан на другом конце мира. Как основатель и президент Network-21, одной из крупнейших организаций дистрибьюторов компании «Amway», Джим как руководитель сыграл определяющую роль в поддержании феноменального роста «Amway» на международном рынке от Юго-Восточной Азии до Латинской Америки и Восточной Европы. Он, конечно, не согласится с этим или не будет говорить об этом сам, однако факт остается фактом, что в развитии этих процветающих рынков вклад Джима Дорнана и его жены Нэнси. Это не только имена владельцев хозяйства, но и люди, достигшие статуса героев в течение долгого времени.

«Благодаря пионерам, подобным Роберту Ангаса и Полу и Линде Агус, Network-21 охватывает значительную часть бизнеса «Amway» в Индонезии, одной из самых густонаселенных стран в мире», - сказал мне недавно Джим.

«Один из наших дистрибьюторов низшего уровня, двадцатичетырехлетний СР. Кристьяван, был студентом колледжа и чем-то вроде паршивой овцы в своей семье, когда отец впервые познакомил его с планом продаж и маркетинга компании «Amway». Этот студент так оживился, что, вернувшись в колледж, начал записывать желающих посещать семинары дистрибьюторов «Amway». На его первом семинаре по Network-21 в уикэнд присутствовало 2 500 человек. Спустя шесть месяцев он привлек на собрание 2 500 из его сподвижников, на котором выступили Нэнси и я. Вы не поверите, но стадион заполнило более 7 000 индонезийцев.

Прием, который нам устроили, был невероятным. Аплодисменты, энтузиазм. Это было интересное зрелище: наблюдать женщин-мусульманок, одетых в традиционные одежды, с протянутыми руками, кричащих и вопящих вместе со всеми.

Потом начался дождь. Я полагаю, это был ливень. Докладчикам повезло - сцена была под навесом. Но аудитории не повезло. Они сидели, стояли, слушали и аплодировали под этим проливным муссонным дождем. Все 7000. Я не видел, чтобы кто-нибудь покинул собрание!»

Сегодня в группе С. Р. Кристьявана более чем 50000 дистрибьюторов.

Я думал о том проливном индонезийском дожде, когда

всматривался в мичиганскую фабрику мечты, расположенную ниже по дороге. Тогда четко и ясно понял ответ на свой вопрос. Они, продукты, план и корпоративная стратегия, адекватно не объясняли мировой успех «Amway» и его эффективность как глобальной силы для положительных изменений. В действительности все дело было в людях, и все это начали двое.

* * *

Сумасшедшая идея? Она, несомненно, казалась такой тогда, в 1959 году, когда Рич Де Вое и Джей Ван Андел организовали свою компанию - буквально на подвальном уровне в домах семьи Де Вое и семьи Ван Андел в общине (преимущественно голландско-американской) города Ады, штат Мичиган.

Рич и Джей, как их знали тогда, уже были близкими друзьями, партнерами по бизнесу и любителями рисковать в свои 20 лет. Началом своей совместной деятельности, которая длится к настоящему времени уже больше пятидесяти лет, они считают то время, когда Джею было 16, а Ричу 14 лет. Отец отдал Джею старенький «Форд» модели А, но у Джея не было денег на бензин. Ричу нужно было ездить в среднюю школу, которую они оба посещали, но у него не было транспорта. Он платил Джею 25 центов в неделю за бензин, и таким образом родилось одно из наиболее успешных и длительных партнерств в мире.

Их дружба становилась крепче. Они делились идеями и воспоминаниями о юношеских приключениях. Будучи сыновьями и внуками иммигрантов, детьми времен Великой депрессии, они были полны желания добиться экономической независимости.

Подобно многим другим, они должны были найти возможность начать свое дело без стартового капитала.

«Чтобы организовать собственный бизнес, людям, подобным нам, нужен был другой путь, - писал Де Вое позднее. - Тогда у нас были кое-какие торговые навыки и много амбиций, но мы, конечно, не стали начинать с поиска материальных средств, чтобы заполнить нишу в том сомнительном рынке, который нам представлялся».

С мечтами пришлось расстаться, поскольку два молодых человека поступили на военную службу. Джей стал офицером ВВС, Рич записался в армейскую авиацию. Военная служба разлучила Рича и Джея на несколько лет, но их планы и мечты продолжали жить, не прерываясь, благодаря переписке.

Их жизненный опыт в военной авиации убедил их, что деньги можно делать из возникшей любви Америки к миру полетов. Так, когда они вернулись в Мичиган, то решили проверить это и превратить свой летный опыт в капитал, открыв свое первое предприятие—летную школу, названную Wolverine Air Service*. За 700 долларов они

* Воздушный Мичиганский сервис. Wolverine - росомаха, шутливое название штата Мичиган. - Прим. пер.

приобрели небольшой самолет и наняли инструктора, в то время как сами занялись набором учеников. За этим быстро последовала буфетная стойка для гамбургеров и - маленький магазинчик по продаже обучающимся необходимых принадлежностей.

Первое предприятие Рича и Джея было в меру успешным, но партнеры быстро начали задаваться вопросом об их долгосрочном потенциале для роста. В результате они продали свой бизнес и вновь занялись поиском. Но сначала они вознамерились сделать то, что впоследствии оказалось сумасбродным рискованным предприятием. Решив добраться до Южной Америки на яхте, друзья купили 38-футовую шхуну и отправились в путь по Карибскому морю. Они добрались до берегов Кубы, где их судно дало течь — большую течь! Мореплавателей спас проходящий мимо корабль.

Отказавшись возвращаться домой неудачниками, искатели приключений проделали свой путь по суше, по морю и по воздуху, пока не достигли Буэнос-Айреса. Они вернулись домой, где вызвали большой интерес местного населения к своему путешествию и получили большую практику в искусстве составлять речи и представления, когда не раз рассказывали охочей до необычных историй аудитории о своих проделках.

Обратив взгляды снова к миру бизнеса, Джей и Рич создали фирму с примерным названием Джа Ри Корпорейшн. Единственной проблемой было то, что они на самом деле не определились, какую продукцию и как они хотели бы продавать. Они все еще искали выигрышную формулу.

Поворотной точкой стал 1949 год, когда двоюродный брат Джея по имени Нил Мааскант рассказал паре друзей о бизнесе, в который он вступил, продавая пищевые добавки для компании «Nutrilite».

«Nutrilite» был основан Карлом Ренборгом, который, будучи в двадцатые годы заключенным в китайском концлагере, выжил благодаря тому, что мог приготовить и есть растения и кости животных. Позднее Ренборг вернулся в Соединенные Штаты с большой верой в пользу для здоровья витаминов и пищевых добавок. В начинаниях «Nutrilite» он был не только пионером в увлечении здоровьем и хорошей физической формой, но во многих отношениях отцом-основателем прямых продаж.

«Nutrilite» не только производил продукт, который был привлекательной приманкой, у компании был также уникальный подход к маркетингу. Дистрибьюторы продавали добавки непосредственно покупателю. Они получали доход как от своих продаж, так и от продаж тех дистрибьюторов, которых они привлекали.

Рич и Джей быстро убедились, что это была выигрышная формула. Они выложили 49 долларов на покупку ранца для удобства продажи и некоторых продуктов и приступили к набору

дистрибьюторов, привлекая на презентациях свое умение, которое они отточили после своего возвращения из Южной Америки. В первый год они получили доход в 82 000 долларов; каждый следующий год эта сумма учетверялась. Скоро они построили наиболее успешную систему набора дистрибьюторов «Nutrilite» в Америке.

Расширение бизнеса и персонала продолжалось все пятидесятые годы, в качестве дистрибьюторов, привлекались и члены семей, которыми обзавелись Рич и Джей. Однако к 1958 году внутренние конфликты с руководством «Nutrilite» побудили Рича и Джея вместе с главными дистрибьюторами в их организации расширить свою собственную организацию и набор продуктов, пока еще являвшихся продукцией «Nutrilite». В этом же году Джей и Рич основали ассоциацию «Американский путь» (American Way Association), а в следующем году — корпорацию «Amway» (Amway Corporation), открыв магазин в полуподвальных помещениях домов Де Боса и Ван Андела.

В 1959 году Джей и Рич приобрели права на новинку - многоцелевое чистящее средство, которое было концентрированным и безвредным для окружающей среды. Сегодня L.O.C. (жидкий органический многоцелевой очиститель) все еще охотно и гордо числится продуктом номер один в новом расширенном каталоге предлагаемых покупателю товаров «Amway».

Качественный продукт и умело составленный бизнес-план компании, основанной Ричем и Джем, позволили «Amway» начать головокружительный подъем.

Сегодня мечта построить свой собственный бизнес - это цель жизни, которая привлекает миллионы людей из разных слоев общества во всем мире, деятельность которых фундаментальным образом меняет контуры всей экономики. Во главе этого движения стоит «Amway».

В этой книге мы исследуем этот и еще много других важных и интереснейших вопросов:

- Почему владение своим собственным бизнесом становится альтернативой уклада жизни в девяностые годы.

- Что делает «Amway», чтобы расти так быстро, в частности, на международной арене.

- Каким образом технология увеличивает ваши шансы на успех как владельца независимого бизнеса.

- Почему люди, занимающиеся собственным бизнесом, становятся наиболее быстро растущей группой в нашей (американской) экономике.

- Почему «Amway» обращается к разным людям - от богатых врачей и юристов в Соединенных Штатах и Канаде до домохозяек в Японии и фабричных рабочих в Польше. Как «Amway»

преуспевает в раскалывании открытых жестких иностранных рынков, в то время как многим другим это не удается.

- Сколько людей в «Amway» (и в индустрии, альтернативно известной как прямые продажи, многоуровневый маркетинг, сетевой маркетинг) реально занимаются этим.

- Сколько стоит начать дело.

- Почему владельцы малого бизнеса становятся такой могущественной силой в политических и социальных изменениях, происходящих в обществе.

- Как вы сейчас можете строить и вести многонациональный бизнес из вашего подвала, как это делали Рич Де Бос и Джей Ван Андел.

Однако самое важное - это то, что мы собираемся раскрыть истинную природу этого зачастую подвергаемого клевете и неправильно понимаемого бизнеса.

Я не дистрибьютор «Amway» и никогда не получал и не получаю никакого вознаграждения от этой корпорации, поэтому мои выводы о несомненной пользе такого бизнеса для общества можно считать выводами объективными, подсказанными логикой экономического развития общества.

До того, как я начал писать эту книгу, я, подобно большинству людей, до конца не понимал, как «Amway» преобразует жизнь людей во всем мире - революционизируя мир бизнеса. Однако теперь, проинтервьюировав бесчисленное количество дистрибьюторов «Amway», понял, почему тысячи людей будут сидеть под тропическим ливнем только для того, чтобы узнать о возможностях, которые предлагает «Amway».

В этой книге мы исследуем, как и почему «Amway» в состоянии изменить многое в жизни к лучшему, применяя способы, далеко распространяющиеся за пределы бизнеса. Некоторые в «Amway» стали богатыми. Еще больше людей стали обогатившимися.

ГЛАВА ВТОРАЯ. САМОЕ ЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ, САМОЕ ХУДШЕЕ ВРЕМЯ

В соответствии с наиболее объективными стандартами вторая половина столетия в нашей национальной жизни была грандиозно преуспевающей. Американцы достигли беспрецедентного уровня материального процветания и личной свободы. Мы теперь здоровее, работаем на менее изнуряющих работах и живем дольше, чем в любое время нашей истории.

Роберт Д. Самуэлсон, экономист.

Они могут назвать это реконструкцией, сокращением, реструктуризацией, но все это означает, что вы уволены.

Менеджер среднего уровня,

уволенный после 25 лет работы в компании

Быть уволенными - это никогда не приходило в голову Дона и Шерри Маршаллов, с тех пор как они начали свой бизнес в «Amway» восемь лет назад. Наоборот, работа в «Amway» привлекла этих двух жителей Колорадо свойствами продукции и перспективой получения некоторого дополнительного дохода.

Но к тому времени, когда Маршаллы стали прямыми дистрибьюторами, важной вехой в бизнесе «Amway», они оба потеряли свою работу в компании, где Дон провел восемнадцать, а Шерри восемь лет. «Если бы не бизнес в «Amway», - говорит Дон, — мы бы потеряли все».

У Рона и Джорджии Ли Пьюер было почти так же. Тогда в конце шестидесятых годов, когда американская экономика еще мчалась на высокооктановом бензине, с Роном случилось несчастье, которое зловеще предвещало нынешние неурядицы. Он работал бухгалтером на приватизированной атомной установке в штате Вашингтон. «Я продвигался по служебной лестнице и занимал ответственную должность среднего звена управления», - рассказывал Рон основателю «Amway» Ричу Де Восу (см. «Благотворительный капитализм»).

Рон говорил: «Всю свою жизнь я учил, что успех и уверенность придут, если я получу хорошее образование, найду хорошую работу и буду добросовестно работать. В то утро, когда приехал на машине на свое парковочное место у этой гигантской атомной установки, я был убежден, что заплатил должное и нашел американскую мечту».

Эта мечта обернулась кошмаром, когда Рон добрался до своего стола и обнаружил конверт. Внутри лежало письменное уведомление, где было сказано, что его услуги вместе с услугами других 2 100 сослуживцев больше не требуются. Его работодатель потерял свой правительственный контракт.

Долгие месяцы были заполнены отказами, когда Рон ходил повсюду в поисках работы. Наконец он нашел одно место, но оказалось, что получать он будет на 30 процентов меньше за удвоенное количество рабочих часов по сравнению с прежним местом работы.

Безработица и затем снижение зарплаты жестко сказались на финансах семьи Пьюер. Джорджия Ли клялась, что она всегда будет со своими двумя детьми, когда те будут возвращаться домой из школы. Теперь же она была вынуждена быть вне дома и работать официанткой в ресторане «Денни». «Никто из нас не любил то, что мы делали», - вспоминает Джорджия Ли. «Мы почти не видели друг друга, оставляли наших детей одних. Мы все время были уставшими. Наше настроение было неважным».

Жизнь идет неисповедимыми путями. В случае с семьей Пьюер решающую роль сыграло то обстоятельство, что друзья показали им возможности нового бизнеса в то самое время, когда эта семья была в самом подавленном состоянии. «Если бы они позвонили нам в другое время нашей жизни, - говорит Джорджия Ли, - мы бы, наверное, не прислушались к их совету».

Реальная возможность бизнеса была в «Amway». На этот раз Рон бросил свою работу, но не потому, что его уволили, а потому, что он ушел сам. «Я выбрал свободу», - говорит он.

Сегодня Рон и Джорджия Ли Пьюер, прямые дистрибьюторы, тройные «бриллианты», и их организация World Wide Dreambuilders (Международная организация «Строители мечты»), помогают десяткам тысяч людей освободиться от страха и реальности экономических невзгод.

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

«Бывают лучшие времена. Бывают худшие времена». Эти бессмертные строки Чарльза Диккенса как нельзя лучше подходят к нашему времени.

В жизни бывает много такого, за что нужно быть благодарным судьбе и что вселяет надежду. В Соединенных Штатах уровень безработицы и инфляции в мирное время не высок. Холодную войну мы выиграли. Демократия и свобода предпринимательства пустили корни везде, от Восточной Европы до Латинской Америки и Юго-Восточной Азии. Мир отправляется спать без страха атомного уничтожения - то, что возможно теперь, казалось фантастическим всего несколько лет назад.

Но если все так хорошо, почему же мы не чувствуем себя настолько же достойно? Экономист Роберт Д. Самуэльсон полагает, что причина такого феномена в том, что Америка стоит на перепутье. Он описывает период после Второй мировой войны как «век предоставления прав, или разрешительный век» - стремительную эру оптимизма, в которой подлинный прогресс экономики и многое

обещающее правительство создали у большинства американцев убеждение, что жизнь в условиях неограниченного изобилия - это их право с самого рождения. Формула доказывала невообразимое: зарабатывайте больше денег за меньшую работу и будете полностью защищенными от жизненных невзгод.

Рассматривая огромные успехи, которых добилось общество в этом столетии, нетрудно понять, почему американцы позволили своим ожиданиям воспарить так высоко. В течение 1950 годов средний доход семьи вырос примерно на 39 процентов по сравнению с предыдущим десятилетием, даже с учетом инфляции. В шестидесятые годы доходы возросли более чем на 37 процентов.

Однако, в это же время расходы страны также росли, и в результате бюджет и долг правительства не дали возможности выполнить обещания.

«В 1929 году расходы правительства составляли примерно 11 процентов национального валового продукта, - сообщает нам Самуэльсон. — Три процента — на федеральное правительство, остальное на штаты, графства и муниципалитеты. В 1990 году эта доля возросла почти до 38 процентов - около двух третей от федерального».

Не удивительно, что двигатели, приводящие в движение великую американскую разрешительную машину, в развитии быстро ушли вперед от «горючего», на котором работали. Начиная с 1970 года правительство начало испытывать громадный дефицит бюджета. Темп экономического роста существенно снизился. Средний доход семьи вырос только на 6 процентов в семидесятые годы и на 6 процентов в восьмидесятые - мы топчемся на месте в девяностые.

Больше никаких гарантий

Вы не боитесь стать «экономическим привидением»? Вот как называет Wall Street Journal («Уоллстрит джорнэл») приблизительно миллион человек в возрасте от 25 до 55 лет, которые просто выпадут из рабочей силы Америки. Они все в общем-то здоровы и не находятся в тюрьме, но по различным причинам они не имеют работы и больше не ищут ее активно.

Многие, подобно безработному служащему в Вест Хартворде, штат Коннектикут, просто удручены продолжительными изнурительными поисками, чтобы поймать работу и отвоевать потерянный образ жизни. «Это рынок работодателей, - сказал газете 49-летний агент по продажам. - Я, вероятно, буду последним, кого наймут на работу». Этот человек, жертва корпоративного сокращения размеров компаний, пытается свести концы с концами с помощью ежемесячного пособия в 250 долларов от департамента социального обеспечения.

Мы не видим конца находящейся в процессе разработки

реструктуризации американской экономики. «USA Today» («США сегодня») сообщила недавно, что главные большие корпорации сократили с 1989 года более трех миллионов работников. Шестьдесят процентов компаний, регулярно изучаемых организацией «American Management Association» (Ассоциация американского менеджмента) планируют сокращать рабочие места и дальше - до самого высокого процента в истории страны.

Тихое отчаяние поселилось на просторах Америки, отчаяние, остро ощущаемое людьми, которые на бумаге живут хорошо, чья жизнь, однако охвачена страхом и беспокойством. Жестокая ирония состоит в том, что чувство уверенности, которое было основой чаяний многих людей и в которое закутывались, как в защитный плащ, представляющий правительство или большой бизнес, пропало.

Когда «USA Today» предлагает родившимся в бум деторождения, которым сейчас от 32 до 50 лет, написать в газету о переживаниях и страхе потерять профессиональную работу белых воротничков, ответы включают мучительные и горькие рассказы о потере самоуважения, о разрушенных браках и даже о самоубийстве. Один читатель ответил, что длительный страх отравил всю их общину в пригороде:

Менталитет бункера вытеснил соседское братство. Бродяжничество уничтожило понятие о корнях, о стремлении жить в одном месте в течение всей жизни. Уверенности, которая приходит благодаря стабильности, - вот чего хотят больше всего рожденные в период бебибума. И это то, что сегодня так трудно иметь.

Американцы в этом не одиноки. В Японии, например, девяностые годы были временем постепенного, но неуклонного разрушения обещаний занятости в одной и той же компании в течение всей жизни. «Традиционная японская система, которая связывала лояльных работников и относящихся к ним по-отечески работодателей и в добрые и в плохие времена, создали уровень соглашения и отсутствие рабочих волнений, чего не знал Запад», - сообщила недавно «New York Times» («Нью-Йорк тайме»). Все это теперь ушло. Новая грубая реальность состоит в том, что «гарантия работы в течение всей жизни, в конце концов, начинает исчезать».

Высокая цена хорошей жизни

На каждого американца или американку, которые боятся потерять свою работу, вероятно, приходится гораздо больше тех, которые удивляются, почему в настоящее время нужно иметь два дохода, чтобы гарантировать качество жизни, которое прежде обеспечивал один доход. Шестьдесят процентов женщин сейчас работают вне дома, что является поразительным отходом от того, что было в пятидесятые годы. И даже на чеки двух получающих зарплату не купишь ключевые компоненты американской мечты, которая у многих американцев все

больше отдалается.

Устроить через четыре года ребенка, который родится в этом году, в муниципальный университет* будет стоить, по меньшей мере, 123 тысячи долларов, когда он или она достигнут возраста для поступления в колледж. Новый автомобиль среднего класса стоит 20 000 долларов. Цены на дома скакнули на 72 процента по сравнению с прошлым десятилетием. Стоимость медицинского обслуживания продолжает расти быстрее темпа инфляции. Уход за ребенком, обучение в частной школе и налоги - да, и налоги - отрезают все больший кусок трудно достающейся зарплаты. По оценке, при сохранении темпа инфляции через 10 лет вы будете иметь зарплату на 80 процентов больше, чем сегодня.

И когда оба супруга придут домой после своих в сумме 80 часов рабочей недели, потребуются делать еще домашнюю работу, как, например стирка, стрижка лужайки и все хлопоты и обязанности, связанные с подрастающими детьми. Эта ноша создает атмосферу напряженности во многих семьях. Домашняя жизнь нынче отмечена растущим уровнем насилия, детской преступностью и наркотиками, принимаемыми детьми. Это капкан, в который попадает большое количество граждан во всех странах мира.

К сожалению, старший возраст не принесет облегчения. Как вам понравится жить на 1 248 долларов в месяц? Если вы вышли на пенсию в 65 лет без всякого дополнительного источника дохода и без накоплений, то это максимум того, что вы можете получать как Социальную гарантию. Для многих американцев это только часть того дохода и образа жизни, который был им привычен.

Только один факт мог бы оттянуть отставку для многих, принадлежащих к поколению бебибума. «Они не смогут уйти на пенсию в 55 лет и, может быть, даже в 65 лет, - сообщила недавно «Wall Street Journal», - из-за не соответствующих нынешним требованиям сбережений, из-за величины пособий сокращаемым работникам и возможного пересчета того, что выделяет (на эти нужды) федеральное правительство.

Уже намечено сдвинуть по времени к возрасту в 67 лет вместо 65 лет максимальные пособия от Социальной гарантии по выходу на пенсию. И большая часть этих пособий, вероятно, будет облагаться налогом. Сами пособия еще под вопросом. Экономист Пол Крэг Роберте высказывается прямо. «Обе правительственные программы, которые обеспечивают гарантии стареющему населению, - Медицинская и Социальная гарантия - обе испытывают финансовые затруднения», - писал он недавно в «Business Week». Согласно докладу Совета попечителей Социальной гарантии за 1995 год, уходящего на пенсию ждет - пока существенно не возрастет расчетный листок -

* Учреждение типа детского сада. - Прим. пер.

сокращение пособий на госпитализацию и пенсии по старости на 10 процентов к 2010 году, на 27 процентов к 2020 году и на 41 процент к 2040 году.

Выход на пенсию, вообще говоря, должен быть началом времени безмятежности и возможности путешествовать, общаться с внуками и делать то, что всегда хотелось делать. Все в большей степени и правительство, и работодатели оказываются не способными обеспечить гарантии или благоприятные возможности для пожилых американцев.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Однако, несмотря на унылые предсказания, сложившуюся ситуацию мы можем также рассматривать как время изменений и новых возможностей для каждого. Бывший президент Рональд Рейган любил рассказывать историю о фермерском мальчике, который весело и энергично вычищал навоз в стойле. Когда его спрашивали, почему он подходит к своему заданию с таким энтузиазмом, он отвечал: «Я делаю это, потому что точно знаю, что сюда поместят пони».

Как бы ни были трудны неурядицы с работой, пони тоже будет. Корпоративное уменьшение размеров предприятий открыло беспрецедентные возможности для независимых бизнесменов. Наша экономика стала более предпринимательской. С уменьшением прибыли корпораций сдают в аренду многие производства малым фирмам, которые могут выполнить задачи более эффективно, чем могут это сделать большие корпоративные бегемоты.

Имейте в виду, что в то время как американская экономика сократила на 43 миллиона количество рабочих мест с 1979 года, она также создала 70 миллионов новых рабочих мест - чистый прирост в 27 миллионов. Это уже не один пони!

Наибольшая часть этого роста оказалась в секторе малого бизнеса. «Малый бизнес разворачивается, - пишет в своей новой книге «Черный Понедельник на Мэйн Стрит» Ричард Лешер, президент Торговой палаты. Вне сомнения, что это наиболее динамичный сектор экономики, создающий большое количество новых рабочих мест».

Все большее количество работников, которых уволили в связи с уменьшением размеров предприятий, так же как и сознательно ушедших из корпоративных джунглей, начали свой собственный бизнес. Согласно публикациям «Los Angeles Times» число лиц, занимающихся собственным бизнесом, в настоящее время составляет от 12 до 17 процентов рабочей силы.

* * *

Когда изменяются экономические реалии, изменяется и контингент людей в «Amway». Бизнес всегда привлекает в свою орбиту участников разных профессий. Джо Логан любит рассказывать историю о финансовой поддержке им своего дантиста в Скотсдейле,

штат Аризона, который, в свою очередь, занялся другой работой и финансово поддержал врача-ортопеда, рабочего бумажной фабрики и водопроводчика.

Всегда воспринималось - не совсем незаслуженно, - что «Amway» в значительной степени привлекает людей из категории американцев с невысоким уровнем доходов и с еще более низким уровнем образования, которые живут в основном на фермах и в небольших городках. «Amway» рассматривался многими как последнее прибежище для тех, кому не повезло, а не как более высокий уровень для тех, кто уже преуспевает.

Это восприятие скоро изменилось. Прямой дистрибьютор - «бриллиант» Майк Вилсон из Калифорнии утверждает прямо: «Не обязательно ненавидеть свою работу, чтобы работать в «Amway».

Управляющий «бриллиант» Джим Хед видит заметное изменение в категории людей, которые сегодня присоединяются к бизнесу «Amway». «Я понимаю очень состоятельных и преуспевающих людей, людей высшей квалификации - от Курдалена, штат Айдахо, до Лейк Тахо и Ньюпорт Бич, — которых действительно захватил этот бизнес, — говорил он мне. - Они начали с нуля, подобно каждому, и они не беспокоятся. Бизнес быстро растет!»

Джим поражен своим наблюдением, потому что он вспоминает, что когда он и его жена Джуди вошли в бизнес в начале восьмидесятых, им говорили, что рынок уже насыщен. Для «Amway» не было пространства для роста. Придется вам показать, что обычная житейская мудрость всегда шаблонна и почти всегда неправильна!

Рок-музыкант из Южной Калифорнии имел смелость не послушать, казалось бы, благоразумных советов и доказал свою правоту. Сегодня Джим и Джуди делят свое время между домами в Айдахо, Лас Вегасе и Лейк Эрроусхеде, штат Калифорния. Поскольку они продолжают строить свой бизнес, оба получают большое удовлетворение от того что помогают другим в том, что дает им «Amway» - возможность взять на себя ответственность за свою собственную жизнь и сделаться свободными.

Материализм и идеализм

Из Гарварда в «Amway»? Несколько лет назад люди могли бы сказать: «Еще чего!» Но Ян и Нэнси Гамсон имеют степени (университета) Гарварда и успешный бизнес в «Amway» на уровне «бриллианта». (Эта высокоинтеллектуальная пара состоялась, поскольку Нэнси влюбилась в австралийский акцент Яна!)

Ян провел свои мальчишеские годы на Фиджи, где его отец работал в большой сахарной компании. Первое начальное обучение проходило в школьном здании из двух комнат. После поступления в закрытое учебное заведение (школу-интернат) в Австралии (о котором остались воспоминания о боли от телесных наказаний, применявшихся

директором), он получил степень бакалавра искусств университета в Сиднее и был принят на курсы повышения, что привело его в Гарвард. Там в классе по философии он встретил Нэнси.

Когда они закончили свое обучение, Ян вернулся в Австралию, в то время как Нэнси возвратилась домой в Миннесоту. Помолвку пара осуществила благодаря переписке. После того, как они поженились и некоторое время провели путешествуя, пара поселилась в Миннесоте, где Ян добился степени доктора философии по истории.

Однако накопление академических степеней не помогло чете Гамсон четко определить свою сферу деятельности. Они выяснили, что мы призываем сегодня выражать «отношения» к бизнесу в необходимости делать деньги. А на самом деле, им было достаточно хорошо и без денег. К тому времени Ян получил степень доктора философии, они пока жили с мамой Нэнси, и у них было 55 000 долларов долга. «Мы были в мучительном кризисе, возникающем на середине жизни», — вспоминает Нэнси. Даже таким образом их интеллектуальный идеализм (некоторые сказали бы - гордость) состоял в поиске путей выхода из создавшейся ситуации.

В первый раз, когда им рассказали об «Amway», Нэнси была настроена скептически. Но Ян был убежден, и снова и снова практически тащил Нэнси на дополнительные собрания.

«Не отказывайтесь от людей, которые воздерживаются от идей противостояния материализма и идеализма», - советует теперь Нэнси. Для нее все перевернулось тогда, когда ее сыну потребовалось 1 500 долларов на операцию по исправлению деформации челюсти, из-за которой его дразнили приятели в школе. Яну и Нэнси это было не по карману, и они были вынуждены занять необходимые деньги. Операция изменила жизнь мальчика.

Сегодня и Ян, и Нэнси понимают и стремятся передать другим, что это не материализм, а скорее высота идеализма, «когда вы заставляете мечты других людей становиться действительностью».

Нэнси отправляет специальные послания женщинам, имеющим профессию. «Многие женщины добиваются успеха в бизнесе «Amway», - утверждает она. - Почему мы должны выбирать между карьерой и детьми? Я хочу и то и другое!»

Рецепт успеха

Клиф и Кэти Минтер из Калифорнии думали, что у них есть все, когда Клиф добился осуществления своей мечты о карьере в медицине - почетной и выгодной профессии. «Я любил свою профессию и получал удовольствие от нее. Как ортопед меня привлекли к спортивной медицине, и это была захватывающая карьера».

Клиф очнулся тогда, когда увидел других докторов, которые, как это ни странно, ушли в бизнес, называемый «Amway». Для них профессия медика просто не давала того, что обещала. Организации

поддержки здоровья превращали многих докторов в работников единой корпорации. Судебные иски о якобы профессиональной небрежности превращали их цели в экономические руины. Мечта помогать людям, казалось, померкла с заходом солнца.

«Признание, чувство причастности, уверенность, поток чеков и свобода - все это привыкли получать многие доктора и другие квалифицированные специалисты за работу по своей специальности. Теперь они находят их в «Amway», - сказал мне Клиф. - Я могу помочь людям лучше, чем мог делать это, работая по специальности. Этот бизнес помог мне вырасти как личности. Я стал лучше и как отец, и как муж».

«Я знаю многих людей, включая и медиков, которые, когда их спрашивают, хотели бы они, чтобы их сын или дочь жили такой же жизнью, которую вели они, они говорили «нет». Но если вы спросите сотрудников «Amway», «бриллиантов», будет ли жизнь, которую они ведут, достаточно хороша для их детей, - они скажут «да!»»

Сегодня Клиф и Кэти Минтер - управляющие «бриллианты», и для Клифа строительство бизнеса - это его страсть: «По мне, это даже не похоже на работу».

Делать что-то сразу правильно

Пэт и Бетти Кауфман тоже любили свою работу. Он был металлургом, а она технологом по медицинскому оборудованию. Когда друг Пэта в первый раз показал им бизнес-план «Amway» “в масштабе 1 к 100, мы были на нуле», вспоминает он. Нет, у них не было очень серьезных и амбициозных целей: «Мы поклялись стать миллионерами к 40 годам». Кауфманы всегда искали способы смотреть вперед, но как квалифицированные профессионалы, они смотрели на торговлю свысока. Она казалась низким занятием для них.

Несколько собраний полностью изменили отношение Пэта. Бетти меняла свое мнение медленнее. Два года они работали, чтобы стать прямыми дистрибьюторами. Ещё через пару лет в своем бизнесе в «Amway» они удвоили чистый суммарный доход, имея в виду заработок обоих. «Мы достигли точки, когда наши чеки от оплачиваемой работы пошли на инвестиции и накопления», - удивляется Пэт.

Бизнес Кауфманов пошел в гору, когда у них изменилось отношение к торговой деятельности как к роду занятий, не заслуживающему уважительного отношения (взгляд, характерный для представителей профессий интеллектуального труда). Логика деятельности «Amway», ясна и неоспорима. «Сила, которая движет этот бизнес, - это идея продолжающегося дохода, - сказал мне Пэт. - Вы делаете что-то правильно сразу, и это может приносить вам доход в течение долгого времени. Я не знаю ничего подобного, что

приносило бы доход на тех же условиях где-нибудь еще».

Бетти говорит: «Множество людей достаточно сложных профессий работают, как правило, более напряженно и при большей продолжительности рабочего дня зарабатывают меньше. В Калифорнии, к примеру, есть новая группа профессионалов-медиков, которые присоединились к бизнесу. У вас теперь есть план «Amway», который можно показать в гостининых домов стоимостью в миллион долларов». «Сегодня Пэт и Бетти Кауфманы - на уровне управляющих «бриллиантов» «Amway», и они помогают вести одну из крупнейших организаций дистрибьюторов International Connection (Международная связь). Они ведут международную торговлю из своего дома в Бенде, штат Орегон, - бизнес, который протянулся от Азии до Европы и Южной Америки. Когда 1 августа 1996 года «Amway» открыл представительство в Колумбии, в организацию Кауфманов записались в первый же день сотни новых дистрибьюторов.

Экономическая независимость освобождает от бедности души

«Amway» - это бизнес, который поможет найти применение своим силам и добиться достойной оплаты своего труда как личности, борющейся, чтобы выбраться из жалкой бедности, так и тому, кто добрался до вершины высококвалифицированной профессии и понял, что профессия стала не той. Доктора, юристы, учителя, администраторы корпораций и многие другие находят, что мечты и ценности, которые вели их в профессии, в настоящее время нашли более гостеприимное прибежище в «Amway».

«Amway» обеспечивает непревзойденную возможность для миллионов людей в Соединенных Штатах и во всем мире перейти от жизни, полной зависимости и сомнений, к жизни независимой и самодостаточной.

Оптимистичный и деятельный настрой, возникающий в среде людей, работающих в «Amway» (людей совершенно различного происхождения, национальной принадлежности, расы, религии и этноса), привлекает всеобщее внимание. Люди говорят об «Amway» и на тротуарах Боготы в Колумбии, и в гостининых домов стоимостью в несколько миллионов долларов в графстве Оранж, штат Калифорния.

Почему? Да потому, что люди мечтают о лучшей жизни, но не видят ясного пути, чтобы добиться ее.

Они не любят болтаться на концах поводков, которые держат те, кто принимает корпоративные решения, однако боятся и отрезать своими руками эти поводки. «Что будет с моим повышением зарплаты? Как насчет моей пенсии? Что подумают люди обо мне?» - желают они знать.

Эти люди могут желать большего по сравнению с тем, чем им

приходится довольствоваться в настоящее время. Вполне объяснимо желание людей дать своим детям лучшее образование чем то, которое получили они сами. Они знают, что воспитание и образование начинаются в семье; проблема в том, что родителей никогда не бывает дома, чтобы осуществлять такое руководство. Они боятся того, что может случиться с их детьми после школы — по соседству или на игровой площадке.

Они хотят свободы при выходе на пенсию в возрасте, когда еще достаточно здоровы, чтобы радоваться жизни. Но они также хотят свободы не выходить на пенсию, продолжать делать полезные дела и не чувствовать, что их собираются вытолкнуть за дверь после многих лет службы.

Они не хотели бы зависеть от правительства, которое, как предполагается, должно взять на себя заботу о них, когда они будут старые и больные. Они хотят помогать себе сами.

Когда я встречаю тех, кто нашел свой успех в «Amway», то вижу людей, освободившихся от бедности - бедности в кошельке и бедности души.

«С ума сойти - быть вынужденным работать 40 или 50 лет и после ничего не иметь, чтобы было что показать».

Прямой дистрибьютор-«бриллиант» Франк Моралес, говорил мне: «Что удивляет меня, так это то, как много людей не присядут даже на один час, чтобы спланировать свое будущее. Они только сидят и ждут того, что случится, вместо того, чтобы принять ответственность на себя».

Единственная верная вещь в этой экономике

Джим Флоор, преуспевающая личность, был влиятельным лоббистом в Сакраменто, штат Калифорния. Но это означало долгие часы вдали от дома, и Джим видел парадокс в том, что чем выше поднимаются люди в своей корпорации или в любой корпорации, тем меньше у них времени и независимости. «Может быть есть и другой путь», - задумался он. «Стоит ли жить так, будто ты женился на корпорации», - говорит Джим, вспоминая, что именно Марджи он выбрал для этого, а не компанию.

Так семейство Флоор начало бизнес в «Amway» в 1979 году, стремясь создать чековый поток, который однажды даст возможность Джиму оставить свою работу, «Вы можете начать создавать свой чековый поток, пока еще работаете на своей нынешней работе. И это прекрасно, - сказал мне Джим, - однажды вы преуспеете, тогда встанет вопрос, как вы хотите проводить свой день.

Этот бизнес предлагает то, чего многим людям так не хватает сегодня в их жизни - возможности быть в бизнесе для себя и полностью управлять своей жизнью. Я находился в корпоративной структуре в течение 16 лет, так что знаю, как вы опускаетесь, как сдаетесь. Затем

вы останавливаетесь, смотрите на свою жизнь и спрашиваете себя: «Как я дошел до такой жизни?»»

Джим Флоор размышляет также о чувстве изолированности, которое могут испытывать люди в мире бизнеса. Будете ли вы в корпорации или даже если ведете собственную компанию, очень часто это путь одиночки и очень состязательный. Что кажется уникальным в компании «Amway», это то, что она часто предлагает вам возможность строить долгосрочные отношения в бизнесе, которые ведут к долгосрочным личным отношениям.

«Когда я оглядываюсь назад на мой опыт в бизнесе, то осознаю, что благо номер один - это личный рост. Вот что действительно добавляется к вашему качеству жизни. Если бы «Amway» закрыл завтра двери и если бы кроме того все внезапно испарилось, это та вещь, которую ни у кого нельзя отнять».

Сегодня Джим и Марджи Флоор работают полный рабочий день вместе в своем бизнесе в «Amway» как администраторы уровня «бриллиант». На их взгляд, этот бизнес соответствует времени, в котором мы отлично живем. «Марджи и я хотим, чтобы люди испытали то, что испытали мы - добиться своих финансовых целей», - говорит Джим. В течение 17 лет, когда мы работали в «Amway», и сам бизнес развивался, и наши доходы неуклонно возрастали, в то время как работа людей, занятых в давно сложившихся, традиционных сферах деятельности стала не гарантированной, а их доход уменьшился, или, может быть, незначительно увеличился. Наш бизнес-это единственная верная вещь в нашей экономике».

Будут ли у вас лучшие времена или вы будете находиться в

худшем положении? Выбор остается только за вами. Так возьмите на себя ответственность сделать этот выбор.

ГЛАВА ТРЕТЬЯ. БИЗНЕС В КОРОБКЕ

«Я ехал на машине с другом, который собирался начать свой второй учебный год в юридической школе, - вспоминает администратор Рей Мелилло. - Мы сидели в моей машине в полночь, и он стал рассказывать о возможностях этого бизнеса. Он говорил, что хочет посмотреть возможности бизнеса перед началом учебы. Потом он нарисовал План продаж и маркетинга «Amway» на обратной стороне конверта».

А несколькими годами позже будущая жена Рея, Джоан, ехала на поезде в Нью-Йорк на работу и оказалась моей попутчицей. Молодая женщина возбужденно рассказывала о возможностях бизнеса, о котором она узнала. Я настойчиво допытывался информации об этом бизнесе, но она не хотела делиться сведениями. Однако после 30 минут назойливых расспросов я убедил ее дать и мне номер телефона.

Этот номер телефона привел Джоан на презентацию Плана. Именно там она встретила Рея. И там она познакомилась с «Amway». Рей и Джоан поженились и далее строили свой очень успешный бизнес в «Amway» вместе.

Официально он называется План продаж и маркетинга компании «Amway», но дистрибьюторы «Amway» - от новичков до ветеранов - неизменно называют его Планом. Для многих, Кому План представляли в первый раз, он становился важным событием в жизни. Они живо вспоминают время, место, обстоятельства и свою первоначальную реакцию, состояние, которое многим из нас обычно напоминает первую встречу будущих супругов, начало новой карьеры или изучение какого-нибудь эпохального события истории. - «Чтобы понять мощную ответную реакцию, которую План «Amway» пробуждает, и чтобы беспристрастно оценить другие сопутствующие возможности бизнеса - и возможно, расстаться с некоторыми неверными стереотипами, вы можете остаться на презентации - есть некоторые вещи, необходимые для понимания читателями, не являющимися сотрудниками «Amway».

Во-первых, на практическом уровне План излагает методы, формулы и уровни успеха, согласно которым дистрибьютор «Amway» получает доход и признание.

Кто может быть дистрибьютором «Amway»? Каждый, кто проходит возрастную проверку. Вы должны быть старше 16 лет, чтобы быть дистрибьютором, и в возрасте 18 лет и старше, чтобы финансировать других. Чтобы стать прямым дистрибьютором (важная веха, которую я скоро разьясню), вы должны достичь совершеннолетия. Больше никаких требований, кроме необходимости

выполнять свое обещание соблюдать Правила ведения бизнеса и Этический кодекс «Amway» (см. Приложение).

Когда вы становитесь дистрибьютором «Amway», вы не становитесь работником «Amway». Обратная сторона этой монеты - то, что вы, а не «Amway», владеете вашим бизнесом. Бизнес становится потенциальным ценным активом семьи. Ваши дети, достигнув необходимого возраста, могут строить его, и вы можете завещать вашу дистрибьюторскую фирму вашим наследникам.

ПЛАН

Согласно Плану «Amway», в то время, когда вы строите ваш бизнес, перед вами стоят две задачи: первая и центральная - создание небольшого ядра из постоянных покупателей, а затем -удвоение ваших усилий путем привлечения других делать то же самое.

Вы начинаете лично потреблять быстро растущий и принятый на международном уровне набор высококачественных товаров (а в некоторых странах и услуг). Потребление своих собственных продуктов имеет единственный смысл - вы должны быть сами своим самым лучшим покупателем, особенно радуясь скидке на все ваши товары. Факт состоит в том, что знание продукта и энтузиазм основываются на потреблении продукта и расположении к нему.

Так как многие товары могут доходить до Ваших покупателей прямо из собственных складов компании, процесс продажи продукта максимально упрощен. Многие дистрибьюторы также находят, что некоторые люди не хотят записываться в дистрибьюторы, но их, тем не менее, привлекает набор товаров и они становятся хорошими постоянными покупателями. Так что не бойтесь, что продажа продуктов ваш «маленький киллер», который мог бы остановить вас, помешав взяться за быструю реализацию возможностей бизнеса. Начните сразу же создавать свою команду дистрибьюторов, а продукты помогут привлечь к вам покупателей.

Поскольку План имеет различные особенности и преимущества, как и набор товаров в различных странах, я воздержусь от дальнейшего описания его в деталях. Однако ясно, что путь к большому успеху и прибыльности зависит от вашей способности финансировать других дистрибьюторов, которые составляют нижний уровень вашего бизнеса. Вы не заработаете денег, просто записывая дистрибьюторов - вы заработаете их, когда последние фактически сами будут продавать продукты. Вы продолжите получать высокий доход пока у них будет в продаже образованный ими ассортимент и количественный запас товаров (а вы будете соблюдать правила ведения бизнеса).

Вы услышите, как дистрибьюторы «Amway» часто говорят о двух различных шкалах, которые используются при исчислении результатов бизнеса. Первая шкала это - объем продаж (ОП), который

определяется закрепленным количеством каждого продукта, который вы продаете. Каждый товар также определяется нормированной стоимостью (НС), которая обычно составляет 50 процентов от долларовой стоимости ОП. Обе шкалы используются для расчета различных премиальных, которые оплачивают «Amway» или дистрибьюторы верхнего уровня, а также для определения уровня успеха, которого достиг дистрибьютор согласно Плану.

Каждый раз, когда вы достигаете совокупного значения продаж в 7 500 долларов в месяц и удерживаете этот уровень в течение шести месяцев в пределах финансового года «Amway» (из них три месяца должны быть подряд), вы становитесь прямым дистрибьютором. (Эти величины относятся только к Северной Америке. План модифицируется так, чтобы он соответствовал законам и реальностям каждой страны, в которой действует «Amway».)

На уровне прямого дистрибьютора вы отходите от финансирующего вас дистрибьютора (хотя он или она продолжают получать доход от ваших продаж, оплачиваемый корпорацией «Amway»), но вы получаете непосредственно от «Amway» свои премиальные за работу, поднявшую вас на уровень прямого дистрибьютора. Став прямым дистрибьютором, вы становитесь кандидатом на получение целого списка дополнительных стимулов, наград, дорогостоящих путешествий, а также признания.

Хотя на этом пути имеется несколько уровней, большинство прямых дистрибьюторов останавливают свой взгляд на достижении уровня «бриллианта». «Добиться “бриллианта”» - это общепринятое выражение среди руководителей «Amway». Уровень «бриллианта» достигается, когда прямой дистрибьютор помогает шести различным группам достичь уровня 7 500 долларов номинальной стоимости (НС) в течение шести месяцев каждого финансового года (для лиц, получающих квалификацию в первый раз, три месяца из шести должны быть подряд).

Каков доход у прямого дистрибьютора уровня «бриллианта»? В 1982 году, в своей книге «Необыкновенная свобода» Чарльз Пол Кон рассказал, как он поддерживал доход около 75000 долларов. Принимая во внимание инфляцию, а также некоторое повышение показателей плана по сравнению с показателями на то время, когда этот план был составлен, мы можем сделать вывод, что эта величина сегодня существенно выше. После достижения уровня «бриллианта» вы можете подняться на уровень управляющего «бриллианта», двойного «бриллианта», тройного «бриллианта», уровень «короны» и уровень «посланника короны». Среди лидеров «Amway» ведутся разговоры о том, что для результата головокругительного успеха дистрибьюторов, подобных Питеру и Еве Мюллер-Мееркац из Германии, компания обдумывает создание нового уровня — выше «посланника короны».

План - это система стимулов, созданных для того, чтобы выявить

лучшее в людях, разжечь их предпринимательский дух и вознаградить за тяжелую работу постоянно растущим набором финансовых поощрений, и - что очень важно - признанием.

Чего План не делает - так это он не обещает чего-либо просто так, ни за что. Он не предполагает, что вы быстро станете богатым и вообще станете преуспевающим. План предлагает вам возможности низкоприбыльного бизнеса и, мощный ряд мотивов для действия. И, в противоположность репутации, что «собака ест себе подобных», - репутации, которую капитализм заслужил в некоторых кварталах, план «Amway» вознаграждает вас за то, что вы помогаете другим преуспеть в бизнесе. Ваш успех определяется не тем, сколько конкурентов вы обошли, а скольким людям вы помогли преуспеть.

Лестница достижений Amway

Достижение высоких ступеней в системе уровней «Amway» приносит все большее признание и финансовое вознаграждение, что предусматривает дорогие поездки на курорты, семинары и конференции на одной из роскошных моторных яхт «Enterprise», премиальные в виде большой суммы денег, профильные статьи в «Amagran», ежемесячном журнале компании, и высокие роли докладчиков и преподавателей на мотивационных конференциях.

Есть одно, о чем люди «Amway» скажут вам: никогда не слишком поздно, никогда не слишком рано начать взбираться по этой лестнице!

Роду и Ровене Джао из Британской Колумбии только что исполнился 21 год, а они уже достигли статуса «бриллианта». Род, сын филиппинских иммигрантов, никогда не сомневался, что он преуспеет в своем собственном бизнесе. В возрасте 19 лет он достиг в «Amway» уровня «рубина», уделяя своему бизнесу много времени. Тогда Ровена решила, что единственный способ всегда видеть Рода - присоединиться к нему и делать бизнес командой.

ПРОДУКТЫ

Хотя «Amway» часто высмеивают как компанию «мыльной пены» или ошибочно принимают за фирму, специализирующуюся на непатентованных товарах без фабричного товарного знака, за годы компания разработала исключительный способ предложения более 6 500 высококачественных продуктов и услуг.

Основной ассортимент продуктов компании «Amway» сегодня включает более четырехсот наименований товаров по личному уходу и по уходу за домом, которые носят товарную марку «Amway». Многие из них разработаны, проверены, произведены, упакованы и отправлены с оборудования, внедренного при штаб-квартире компании «Amway» в городе Ада, штат Мичиган. Ассортимент продуктов в широком диапазоне включает:

- товары по уходу за телом, по уходу за домом, по уходу за автомобилем, включая такие популярные основные предметы

торговли, как LO.C. (жидкий многоцелевой органический очиститель) - средство для чистки и концентрат для стирки SA 8;

- декоративную косметику и товары по уходу за кожей;
- питательные витамины и пищевые добавки и побочные разнообразные другие продукты питания, включая Shak Bar, высокоэнергетический пищевой брикет, названный по имени великого Шакила О'Нила, известного баскетболиста;
- систему обработки воды, более 45 000 единиц которой компания «Amway» в 1995 году продала в Северной Америке, Японии и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Предлагаемые розничные цены для товаров компании «Amway» вполне конкурентоспособны, особенно имея в виду обслуживание и удобство для покупателя получить продукт прямо на дому. Для дистрибьютора продукты - это очень выгодная сделка. Дистрибьютор приобретает товары для продажи покупателю или для своего собственного употребления по оптовым ценам, которые, как правило, на 30 процентов ниже розничных цен. Все продукты при их возврате обеспечены гарантией возврата денег.

Каталог продуктов «Amway» отражает усилия компании использовать продолжающуюся революцию в совершенствовании способов продажи товаров, что существенно обновляет имидж компании и привлекательность ее как для покупателя, так и дистрибьютора.

«Индустрия сетевого маркетинга быстро развивается в гигантский свободный способ доставки товаров, - пишет Ричард По в книге «Волна 3: новая эра в сетевом маркетинге». В будущем компании, использующие сетевой маркетинг, будут обслуживать потоки распределения более оперативно, чем специализированные силы простых производителей по продаже. Ловкие инвесторы учитывают быстро формируемые виртуальные альянсы, которые возникают вместе с этим движением».

В представлении По будущее здесь и сейчас за компанией «Amway». Компания объединяется в единую команду с сотнями производителей продуктов обслуживающих компаний, чтобы предложить фирменные продукты, выставленные дистрибьюторами на продажу покупателям, которые затем могут позвонить в «Amway» или заказать их по факсу. Компания по производству мыла? Ничуть! Перелистайте персональный каталог закупщиков - и вы найдете обширный перечень товарных марок от Пьера Кардена до магазинов Херши. Так же хорошо представлены услуги, предлагаемые «Amway». Главное совместное предприятие по обслуживанию включает дальнюю телефонную связь MCI («Amway» сыграл значительную роль в появлении MCI как главного конкурента AT&T, кредитных карточек VISA, Northwest Airlines travel (Северо-Западного воздушного сообщения), AMVOX -системы передачи речевых

сообщений, электронной речевой почты.

Почему же так много известных именитых производителей хотят теперь включиться в число тех, чьи продукты будет предлагать «Amway»? Это прямой доступ к высокомотивированным силам по продаже, действующим более чем в 90 странах и территориях по всему миру. Что касается дистрибьютора, то подобное сажает его или ее в кресло водителя на этой вечно изменяющейся и расширяющейся магистрали распределения.

ФИЛОСОФИЯ

Какую философию вы бы выбрали? Прямо сразу миллион баксов или один цент с гарантией, что он будет удваиваться каждый день в течение месяца?

Если вы выбираете миллион долларов, вы проstack. Вы только что выбросили состояние в 4,2 миллиона долларов, которое вы получили бы через месяц из 30 дней и в 8,4 миллиона долларов через месяц, имеющий 31 день. Если не верите мне, то на чистой странице этой книги можете посчитать это сами!

«Amway» предпочитает называть себя компанией, осуществляющей прямые продажи, которые проходят один или несколько шагов в цепочке доставки. Наиболее очевидный, но неприемлемый шаг - это розничная торговля. Вместо сценария производящей компании, рассылающей продукты одному или нескольким дистрибьюторам и оптовикам, которые, в свою очередь, доставляют продукты в магазины, вы имеете сценарий прямых продаж, в котором продукты продаются непосредственно покупателю дистрибьютором, который приобретает продукты по своему перечню прямо у производителя. Дистрибьюторы оплачиваются согласно объемам и стоимости продуктов, которые они реализовали,

«Amway» можно также назвать организацией сетевого маркетинга, поскольку дистрибьюторы во многом полагаются на личные контакты, сеть друзей, коллег и их друзей и коллег их друзей - для продажи продуктов, чаще и охотнее, чем на традиционные маркетинговые методы - такие как объявления в средствах массовой информации.

И он может быть назван бизнесом с многоуровневым маркетингом, так как дистрибьюторы делают деньги не только продажей продуктов, но убеждают других делать то же самое. Отношение бизнеса на нижних и верхних уровнях продолжает определять распределение доходов непрекращающегося (постоянно действующего) бизнеса. Вы часто услышите, что дистрибьюторы «Amway» определяют себя, говоря, к примеру: «Я из организации Миллера-”бриллианта”, которая является частью организации “Всемирный Бритт”». Они рассматривают свои различные верхние уровни дистрибьюторов как род семейного дерева «Amway».

Что касается еще одного определения, часто приписываемого этой сфере деятельности, - «пирамида» - «Amway» отменяет такие обвинения, опираясь на закон и деловую точку зрения: FTC (Федеральная торговая комиссия) в 1979 году постановила, что «Amway» не является пирамидой, это законный бизнес (см. главу 10, в которой обсуждается дополнительно юридическая сторона этого вопроса).

«AMWAY» И ПОКУПАТЕЛЬСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

Сегодня «Amway» процветает, потому что находится на переднем крае покупательской революции, которая делает акцент на удобство, качество и персональное обслуживание.

Вы можете вспомнить времена, когда:

- Вы должны были совершить все ваши банковские операции между 9 часами утра и 2 часами пополудни с понедельника по пятницу. Если вы забыли получить наличные в банке к полудню пятницы, вы будете несчастны до понедельника.

- Негде было купить молока, хлеба или аспирин после 9 часов вечера.

- В продовольственном магазине все «только за наличные». Никаких чековых книжек. Никаких кредитных карточек.

- Телефонная компания - а не вы - владела телефонными аппаратами в вашем доме и предлагала их всего двух или трех видов и цветов. Установщик приходил в ваш дом для установки телефонного аппарата, и после того как однажды они это сделали, вы не могли переносить аппарат с одного места на другое: не было штепсельного разъема.

Я могу вспомнить каждую из этих картин в разговорах о «тогда» и сравнить с репликой «то было тогда, а это сейчас». Подозреваю, что вы сами могли бы представить целый список ваших собственных наблюдений об изменениях: «Во, здорово стало!»

Сегодня я покупаю себе продукт по каталогу, заказываю поездку через Интернет, делаю покупки 24 часа в сутки и никогда не забочусь о наличных деньгах в руках, поскольку АТМ (Automated Teller Machine - банкомат) всегда рядом, даже когда я нахожусь в нескольких тысячах километров от банка в моем родном городе.

Удобства и качество - это веление времени - иногда мы бываем заняты больше, чем обычно, однако у нас сейчас больший выбор, чем когда-либо прежде, особенно разительны перемены в нашем доступе к информации и технологии. Постоянное требование расширения ассортимента продуктов вместе с усиливающейся конкуренцией в мире также заставляют компании изменять свои методы работы.

Некоторые из перемен, которые мы считаем инновационными и революционными, на самом деле современные производные от

проверенных и верных. Сельская Америка, Америка небольших городов имеет долгую историю доверия к продажам, когда продавцы стучатся в каждую квартиру, и к методу «товары почтой». Фермерские семьи и те, кто жил вдали от крупных городов и городков, просто не имели другого выбора.

«Amway», таким образом, возвращается в наши дни к персональному подходу от соседа к соседу с желанием найти новые способы, при которых товары и услуги производятся, транспортируются, продаются и покупаются. Это персонализированный бизнес в эпоху высоких технологий. «Amway» преуспевает сегодня потому, что он не забывает и не отказывается учитывать роль людей в соотношении спроса и предложения в торговле.

КАК ПРЕУСПЕТЬ, НЕ ИМЕЯ ОПЫТА ИЛИ КАПИТАЛА

Большинство людей - даже те, кто забрался на высокие места в корпорациях лучших мировых компаний, - плохо подготовлены к предпринимательской деятельности.

Я знаю ЭТО, Я один из них. Подобно многим «белым воротничкам»-профессионалам, я накопил большой опыт работы в залах заседаний директоров, но не имел никакого опыта в сфере бизнеса. Может быть, вы обнаружите и себя в аналогичной ситуации:

- Вы никогда не сталкивались с платежной ведомостью и не сохраняли кипу бухгалтерских книг.
- Вы никогда не думали о помещении для офиса, не арендовали оборудование и не заключали договор по обслуживанию.
- Вы никогда не занимались лицензиями на бизнес, не платили денежных сборов и не обеспечивали страхование служащих, работающих по найму.
- Вы никогда не волокли за собой чемоданы с образцами и экспонаты по аэропортам и через таможи.
- Вы никогда не нанимали адвоката, чтобы установить подлинность контракта или для сбора неоплаченных долгов от неплательщиков.

Рекс Ренфроу, работавший в федеральном правительстве в Вашингтоне, округ Колумбия, стремился от скромного клерка машинописного бюро (GS-3 в таблице о рангах) подняться до уровня GS-14. Правительственная работа - предел гарантий от люльки до могилы. Но этого ему было недостаточно.

«У меня была мечта иметь свой собственный бизнес, - вспоминает Рекс. - После того, как в трудах провел полжизни, я начал думать, что мечта моя на самом деле не осуществится. Последним ударом стало то, что мои вышестоящие сказали мне, что каждый, кто, как и я, не имеет диплома колледжа, не может продвигаться,

независимо от того, насколько упорно человек работает или насколько хорошо выполняет свою работу».

Никакого особого таланта. Никаких специальных знаний. Никакого семейного бизнеса, при котором тебя отдают в учение и однажды ты получаешь его в наследство. Рекс Ренфроу был одним из миллионов, кто мечтал о своем собственном бизнесе, но он никогда не имел средств, чтобы превратить мечту в реальность. Мечта эта и не могла осуществиться, пока Рекс не услышал об «Amway» и не присоединился к бизнесу, с помощью которого он смог достичь успеха.

В то время как у многих не хватает знаний, чтобы начать успешный бизнес, у других отсутствует капитал. Даже небольшой бизнес может стоить больших денег, чтобы его начать. Согласно журналу *Enter-preneur* («Предприниматель») типичный начальный денежный взнос за право заняться бизнесом может колебаться кое-где от 3 000 долларов (например, для приобретения компании по рекламированию сумок для покупок), среднего уровня в 60 000 долларов - за право производства редкой и исполняемой на заказ мебели; взнос возрастет до высшей границы в 200 000 долларов и более за право обслуживания междугородних перепродаж или мытье модных автомобилей.

Многие пока еще испытывают затруднения из-за отсутствия дисциплины или бывают парализованы боязнью отказа. Сегодня начинать бизнес не просто. Многие виды мелкого бизнеса не удаются.

Многие ныне преуспевающие дистрибьюторы «Amway» постигали данную истину тяжким путем, затрачивая свою энергию и денежные накопления в других видах бизнеса, которые не состоялись. Тройной «бриллиант» Тим Фоли описывает свою дорогостоящую одиссею, когда он пытался наладить свою финансовую жизнь перед завершением профессиональной футбольной карьеры: «В течение тех 11 сезонов в Майами я вкладывал деньги в недвижимость и потерял некоторую сумму. Я вкладывал деньги в рынок ценных бумаг и также потерпел неудачу. Я вкладывал деньги в золото и драгоценные металлы, но и там потерял деньги. Наконец, вложил деньги в клубы здоровья и большой теннис, в этом бизнесе я немного преуспел, но изменилась процентная ставка - она поднялась до 21 процента, в результате приток новых членов замедлился, потом потек тонкой струйкой, пока под конец не прекратился совсем».

Сесилия Караш, прямой дистрибьютор из Венгрии, пыталась заняться бизнесом без достаточной подготовки, прежде чем представила себе возможность «Amway». С высоты сегодняшних достижений она теперь может шутить по поводу всех фальшстартов: «Некоторые собирают марки; я же коллекционировала бизнес».

Другие добились успеха в бизнесе, но потеряли чувство равновесия в своей жизни. Боб и Джеки Зеендер из Сильвер Спринг,

штат Мэриленд, были среди таких. Они владели преуспевающим и посещаемым рестораном, который не только приносил хороший доход, но давал признание и уважение со стороны людей, равных Бобу по положению, что доказали выборы Боба президентом Ассоциации ресторанов Вашингтона.

Почему пара, достигшая и финансовой безопасности, и признания в своем бизнесе, поразмыслив, все-таки бросила взгляд на «Amway»? Причиной была никогда не прекращающаяся, ежедневная тяжелая однообразная работа; продолжительный рабочий день и изнуряющий график работы, который прерывался редкими мимолетными минутами их общения с двумя детьми.

Сегодня Боб и Джеки Зеендер имеют собственный бизнес в «Amway», который позволяет им иметь гибкий рабочий график, быть полноценными родителями и помогать обществу, работая в благотворительных центрах. Для семейства Зеендеров и других людей «Amway» доказал, что это сбалансированный бизнес.

* * *

В бизнесе «Amway» случается множество маловероятных вещей. Начало и деятельность Брайана Хэйса в «Amway» - одна из них. Брайан Хэйс знает мир бизнеса и извне, и изнутри; к 27 годам он был высшим администратором на фирме «Motorola». У него особое положение: он знает и может сравнивать виды бизнеса. Через шесть месяцев после перевода на новый, более высокий пост в Иллинойс, шофер грузовика подошел к нему и пригласил его в «Amway». Брайан не заинтересовался предложением, но его жена, Маргарит, заинтересовалась и начала этот бизнес. Успех Маргарит привлек внимание Брайана. «Я, может, и медлительный, но не тупой», - сказал он мне, подшучивая над собой.

За три недели Брайан сумел уволиться из «Motorola» - а ему было уже за тридцать! В своем бизнесе в «Amway» Хэйсы работали полный рабочий день в течение 26 лет, достигнув уровня тройного «бриллианта», и помогли вести одну из преуспевающих организаций поддержки «International Connection» («Интернешнл Коннекшн»).

«Я был одним из самых первых профессионалов, пришедших в этот бизнес, - рассказывал Брайан. - Очень важно для других профессионалов - знать, что вы можете построить этот бизнес, не бросая свою карьеру, и порвать с ней, если и когда вы к этому готовы».

Ненасытный предприниматель, Брайан Хейс попутно занимался поверхностно в других предприятиях. «Я был тупой и влезал в бизнес, который требовал большого капитала, работников и головной боли, которая приходила с ним, - говорит он. - Наш бизнес в «Amway» требует так немного сверхурочной работы, мы занимаемся мировым бизнесом вне дома с помощью секретаря, работающего неполный день. Никаких территорий. Никаких границ».

РАНЕЦ

Брайан Хэйс рассказал нам, что в этом возрасте имеются буквально тысячи возможностей для предпринимательского бизнеса. Некоторые лучше, чем другие; много хороших возможностей, но все это было несравнимо с работой в «Amway» по степени доступности, свободы действий и гибкости.

Начать бизнес, который мог бы изменить вашу жизнь, стоит всего 135 долларов. Это цена пакета с набором продукции и материалов, созданных для нового дистрибьютора. Полезный сам по себе, пакет продукции «Amway» - это еще не все для строительства успешного бизнеса, это, прежде всего живая иллюстрация открытости его. Никто не гарантирован стать преуспевающим, но каждому дается шанс - не важно, насколько низок ваш доход, не важно, насколько скуден ваш капитал, не важно, насколько ограничен ваш уровень образования. Пытались ли вы заниматься другим бизнесом и прогадали, заняты ли вы им и преуспеваете или никогда не занимались вообще, вы будете удивлены тем, как просто начать этот бизнес с вашим спонсором и верхним уровнем дистрибьюторов, которые учат вас и помогают вам преуспеть. Сегодня на рынке еще нет ничего подобного.

Единственная вещь, которую не смогли положить в бизнес-пакет, -это люди «Amway», Начиная самостоятельно действовать в своем бизнесе, наберитесь мужества. Никто не хочет остаться совсем один в дырявой лодке, качаясь посреди бушующего моря. Но когда вы образуете команду с прочной и имеющей репутацию организацией, подобной «Amway», также как и с одной из главных организаций дистрибьюторов, вы никогда не останетесь одиноким или в безвыходном положении:

- Вас будут направлять ваши спонсоры и верхние уровни дистрибьюторов, которые заинтересованы в вашем успехе. Когда выигрываете вы, выигрывают они. Это так просто.

- У вас будет сильное преимущество в виде качественных продуктов, с хорошим именем «Amway», стоящим за ними.

- У вас будет традиция инновационных мероприятий, которая гарантирует, что вы останетесь на острие бизнеса, который постоянно разрабатывает новые продукты, организует новые совместные предприятия и исследует новые рынки.

- Метод «Amway» - бизнес в коробке - снабдит вас эффективным набором средств, чтобы сделать ваш переход от зависимости к независимости возможным и свободным от ошибок.

В этом бизнесе ценность номер один - это человек. Вы будете удивлены, какой капитал можете выложить на стол. Он определяется тем, что типичный взрослый в возрасте старше 25 лет знает 2 000 человек по имени.

Шанс в том, что вы уже готовы получить потенциальную сеть дистрибьюторов и даже не знаете этого!

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ. СЕМЕЙНОЕ ДЕЛО

Их посадили в лодку. Ник за рулем, отец на веслах. Солнце поднималось над холмами. Выпрыгнул окунь, сделав круг по воде. Ник опустил руку в воду. В остром холодке утра она почувствовала тепло. В это раннее утро на озере в лодке за рулем, с отцом на веслах, он почувствовал совершенно определенно, что никогда не умрет.

Э. Хемингуэй. «Индийский бивак»

В вестибюле всемирной штаб-квартиры «Amway» в Аде, штат Мичиган, на стене вы видите фреску высотой 7 футов и длиной 20 футов. Она называется «Узы». Подаренная Джею Ван Анделу и Ричу Де Восу художником Полем Коллинзом в 1985 году, картина представляет ряд виньеток, которые рассказывают об истории «Amway»: трудный путь к успеху, страна, которая сделала его возможным, легендарные дистрибьюторы, которые к этому дню продвинули «Amway» к новому уровню достижений. Все связано вместе - люди, ценности, страна - для того, чтобы рассказать эту примечательную историю.

Что обращает на себя внимание больше, чем что-либо еще в «Узах», -это роль семьи в жизни соучредителей и в вехах, которых они достигли.

Центральная часть настенной живописи - это портрет Джея с женой, Бетти, стоящей с их четырьмя детьми; рядом с Джеем - Рич, около него, с другой стороны, - жена Рича, Хелен, и четверо их детей.

Семьи стоят в центре чуда «Amway» - чуда не только для основателей, но и для дистрибьюторов во всем мире, знаменитых и неизвестных. Действительно, каждый человек, от которого я слышал об этом бизнесе, хвалил роль «Amway», которую тот сыграл в укреплении и даже спасении их семей.

Это тот бизнес, который семьи могут строить вместе и передать будущим поколениям. Это тот бизнес, который может быть построен без вложения семейных финансовых средств в рискованное предприятие: один супруг может сначала взять инициативу, в то время как другой продолжает постоянно добывать деньги, находясь на окладе. Это бизнес, который предотвращает разводы и побуждает к примирению родителей и детей после десятилетий отчуждения. Это тот бизнес, который служит любящей семьей для тех, у кого нет семьи.

Какой резкий контраст с положением в семьях в нашем обществе на свободе! Тридцать процентов всех американских детей рождены вне брака, из них примерно 25 процентов белых американцев и 70 процентов афро-американцев. Семья, в которой оба супруга работают

вне дома, становится правилом без всяких исключений. Ежедневные поездки на работу и обратно становятся все продолжительнее, требования на работе все выше: дети все больше отодвигаются на задний план, а предпочтение отдается карьере. Члены многих семей становятся чужими друг другу, их жизни пересекаются только ранним утром и поздно ночью.

Тем не менее, перегруженная система социального страхования и постоянно растущие налоги, требуемые для ее поддержки, вызывают конфликт поколений. Старшие часто скорее кажутся ношей, чем ценным ресурсом. Американская семья стоит перед кризисом; семьи «Amway» нашли решение этой проблемы.

УКРЕПЛЕНИЕ УЗ

Крэг Холидей всегда мечтал об отце, которого он не помнил. Его отец оставил семью, когда Крэгу было семь лет. Мать Крэга страдала серьезной проблемой, связанной с пьянством, и мальчика часто оставляли на попечение родственников. История едва не повторилась.

Но его мечта разбилась вдребезги в конце семидесятых годов, когда он вернулся домой после очередной ночной пьянки со своими друзьями. Он нашел на кухонном столе записку от своей жены Кэрол, которая сообщила: «Я решила уйти от тебя. Пока ты не изменишь свою жизнь, я не вернусь».

Постепенно разоряющийся, Крэг знал, что это придет. Он был растерян и без цели. Строительная компания, которой он владел, не удовлетворяла его. Дела с недвижимостью были плохи. Стыдясь банкротства, он оттолкнул Кэрол, проводя вечера в попойках с друзьями.

«Я не знал даже имен жен моих приятелей, - вспоминает он уныло, - поскольку они называли их своими старухами».

«Мы были разорены и сломлены, - говорит Кэрол о своей жизни тогда. — Это было эмоциональное банкротство. Мы не могли оплатить наши счета. Мы были должны 250 000 долларов. Все, что я могла делать, это умолять, чтобы к моему мужу возвратилось чувство собственного достоинства».

Супруги Холидей продали свою мебель, чтобы оплатить счета. Скоро они стали жить в пустом доме - пустом от вещей и надежд. «Мы бы развелись, - рассказывала Кэрол, - но оба не могли себе этого позволить».

Спустя две недели после того, как Крэг нашел записку Кэрол, Дан и Жанет Робинсон показали им План продаж и маркетинга «Amway». Поначалу Кэрол и слушать не хотела магнитофонную пленку; Крэг же сказал, что у него нет времени. Но вскоре, скорее от безысходности, чем по желанию, они начали строить бизнес. «Мы строили его быстро, потому что ничего больше у нас не было, - сказал

Крэг: - Мы были подавленной и разоренной парой. Я никогда не мечтал о бизнесе «Amway», но всегда мечтал быть человеком с положением».

Спустя более чем 15 лет управляющие «бриллианты» Крэг и Кэрл Холидей с благодарностью вспоминают прошлое, связанное с бизнесом в «Amway». Поездки со своими друзьями на Дальний Восток, покупки-шалости в Нью-Йорке, рыбалка на Аляске, прекрасный дом с окнами, выходящими на Тихий океан. Но наибольшее значение имеет то, что все это появилось в их жизни благодаря бизнесу в «Amway». «Действительная победа в таком бизнесе стала победой над собой, - говорит Кэрл. - Мы снова научились любить друг друга».

Она всегда будет дорожить воспоминаниями о волшебной ночи в Таиланде, где вместе с Крэгом присутствовала на собрании преуспевающих дистрибьюторов. «Мы поехали в прекрасное местечко, называемое Садам Роз, курорт в ста километрах от Бангкока, - вспоминает она. - Он был похож на сад Эдема». Там повсюду росли цветы, и маленькие дети в традиционных национальных одеждах несли свечи и корзины в руках. После захода солнца чету Холидей и их группу пригласили на сказочный банкет с тайскими танцовщицами, которые развлекали их, когда они наслаждались местными яствами. Супруги Холидей прошли длинный путь от пустого дома и разрушенных надежд.

«Потом Крэг пригласил меня на танец, - говорит Кэрл, - и поднес мне цветы. Я была в Эдеме и танцевала. Этого никогда бы не случилось, если бы нам не представилась возможность круто изменить свою жизнь. Мы бы никогда больше не были супругами».

Как мечтал и обещал себе, Крэг стал для своих трех детей папой полный день. Но один демон оставался внутри него - ненависть, которую он испытывал к своему отцу, бросившему семью, когда Крэг был ребенком.

«В конечном счете, я представил себе, что единственным человеком в оковах был я, потому что нес в себе всю ненависть, которая была вокруг меня, - объясняет Крэг. - И тогда я решил простить своего отца. Я пригласил его на собрание руководства, пригласил его сразу же на сцену и попросил прощения. Сделав этот шаг, я испытал полное исцеление от моего гнева». Сегодня Крэг Холидей опекает монастыри Мориа, организацию, которую он основал для людей, ищущих примирения со своими отцами.

* * *

Управляющий «бриллиант» Клиф Минтер много думал о воздаянии «Amway» на отцов. Выросший ребенком, которого постоянно били, оскорбляли, Клиф пытался компенсировать это тем, что стал трудягой, даже за счет своей роли в качестве мужа и отца.

«Мужчины, в основном, тряпки, - говорит он. - Они добры, когда управляют обстановкой вокруг себя. Я ортопед. Поставь меня в

операционную, и я великий медик. Но выбитые из комфортной зоны, мужчины становятся неуверенными и уходят. Я допускаю, что развелся бы, если бы я не был в «Amway». Я знаю многих других в этом бизнесе, кто чувствовал то же самое».

Многое определяется фактом и (и хорошим доводом), что этот бизнес дает возможность некоторым женщинам оставаться дома со своими детьми и при этом получать доход и достигать профессионального удовлетворения. Клиф также напоминает нам, что в обществе, к сожалению, не хватает хороших образцов мужской роли. В «Amway» полно “мужчин с характером”, установивших ужасные отношения со своими женами и детьми».

По поводу этого последнего утверждения Клифу Минтеру можно было бы рассказать о Ларри Конинге. Ларри - акушер-гинеколог, который когда-то проводил тяжелые часы на своей работе, в то время как Джулия, бывшая медсестра, оставалась дома растить двух сыновей.

«Врачей часто вырывает из семейной жизни эта сумасшедшая звуковая сигнализация, — говорит Джулия. — Медицина — это как вторая женщина. Вы можете просто потерять своего мужа из-за профессии, и это нередко случается. Я увидела в бизнесе способ вернуть мужа назад».

Супруги Конинг достигли уровня «бриллианта», и Ларри урезал медицинскую практику наполовину. Оба родителя активно включились в школьные дела своих сыновей. «Это очень необычно, - говорит Джулия. - Обычно бывает один или другой родитель». Конинги видят хорошее отношение к их мальчикам в доступности ко многим преуспевающим людям в бизнесе «Amway».

АНГЕЛ-ХРАНИТЕЛЬ БРАТА

Когда я получил приглашение от Брэда Дункана, мне пришлось дважды проверить и удостовериться, с которым из Дунканов я говорю. Ведь оказывается, что в бизнесе «Amway» так много преуспевающих Дунканов, что вам необходимо все семейное дерево, чтобы вычислить нужного человека. Брэд и Джулия Дункан - дистрибьюторы уровня двойного «бриллианта». Такими же являются и брат Брэда, Крэг, и жена Крэга, Лори. Другой брат - прямой дистрибьютор, и родители братьев - дистрибьюторы-«бриллианты».

По мнению Брэда, предпринимательская тяга семьи у них от отца. «Мы росли в Монтане, где мой отец преуспевал во всех видах бизнеса, - рассказал он мне. - Он делал все сам, подталкивая всех, чтобы работа была выполнена».

Однако когда Брэд стал совершеннолетним, он стал изо всех сил стремиться, чтобы быть в центре. «Я был душой вечеринок в школе». Это сказалось на оценках, и его выставили из колледжа.

Тем временем старший брат, Крэг, закончил девять классов

колледжа в Сिएтле, чтобы в будущем стать хирургом по пластическим операциям. Он так никогда и не открыл свою практику. Почему? Потому что Крэг представлял, что его бизнес в «Amway» мог бы дать ему все, что он надеялся реализовать в медицине, и даже больше. Самое важное - он не хотел жениться на своей практике, на первое место он хотел поставить семью. Сегодня, в то время как многие медики живут в борьбе, Крэг и Лори миллионеры.

Крэг помог брату Брэду найти свой путь. После того как Брэд в возрасте 22 лет оставил школу, он проработал в строительной компании ровно один год. Его уволили в 23 года, и с тех пор он нигде не работал. Крэг же показал брату План, и Брэд и Джулия активно включились в работу. Только к своему тридцатилетнему возрасту они заработали крупную шестизначную сумму и три собственных дома. Они не заботились о частых взлетах показателей при биржевой игре, поскольку имели свой собственный план.

Приписывая многое в своем успехе влиянию и руководству со стороны Рона и Джорджии Ли, Пуриер и Билла, и Пэгги Бритт, Брэд размышляет: «Этот бизнес учит нас, как снова начать слушать людей и как снова начать учиться, так чтобы вы снова стали преуспевать».

Вспоминая самое важное

2 января 1979 года, 10.30 пополудни - это дата и время, которые управляющий «бриллиант» Терон Нельсен никогда не забудет. «Это, когда я принял своего последнего пациента после восьми лет практической оптиметрии» (определение объема и силы зрения у человека).

Это также дата и время, с которого Терон начал уделять все время своему успешному бизнесу в «Amway» и бизнесу жены, Дарлины. «Мы надеялись вести тот образ жизни, который предлагал этот бизнес, и мы освоились с ним, - говорит Терон. - Так, у многих людей сегодня возникает сомнение, будут ли у них завтра средства для жизни. Нам не приходится заботиться о наших средствах для жизни, беспокоиться о том, что их не будет».

Терона тревожила мысль о том, что медицинская практика станет тем стилем жизни, который он не хотел вести. Опыт тренировок новичков в футболе дал ему ценные уроки того, как преуспеть в «Amway». «В футболе, - размышляет он, - вы сохраняете свою индивидуальность, но все-таки в очень большой степени вы член команды. И когда тренируете, должны привести всех ваших игроков к разным скоростям. Они отвечают за разные вещи». Наблюдения Терона из его футбольных дней приводят его как члена Всемирной организаций «Строителей мечты» к подчеркиванию ценности в бизнесе «Amway» подготовки и работы именно в команде.

Хотя для Нельсенов реальный тест бизнеса сводятся к одному - виду наследства, которое они оставят своим трем детям. «Может быть,

2 процента родителей, хотят, чтобы дети следовали по их стопам, - говорит Терон, - а я не стремлюсь влиять на выбор сферы их деятельности, например, в пользу оптиметрии.

Но вы всегда найдете преуспевающих людей в «Amway», одобряющих выбор своих детей, стремящихся включиться в бизнес «Amway». Это бизнес, который направляется из будущего».

БОЛЬШАЯ СЕМЬЯ

«Amway» дал женщинам возможность и право выбора вернуться домой и заботиться о своих детях. Он также обратил отцов на час в папаш полного дня. Он вновь соединил супругов, которые жили раздельно, а сейчас их совместная деятельность в «Amway» стала мощным фактором объединения семей.

«Amway» это также понимающий и прощающий бизнес, позволяющий семьям объединяться в кризисные времена. «Посланникам короны» Джиму и Нэнси Дорнан этот урок пошел на пользу.

После окончания университета в Пердью супружеская пара перебралась в Калифорнию, где Джим строил карьеру инженера-аэродинамика, а Нэнси стала специалистом по дефектам речи. Они оставили свою работу, когда им было по 25 лет, чтобы с помощью «Amway» осуществить мечту о финансовой независимости.

У них родился второй сын, Эрик, со spine bifida (врожденное заболевание позвоночника). Семья была эмоционально и финансово подавлена. «Эрику требовалось сделать от 10 до 15 операций на спинном мозге в течение двух лет, - рассказал мне Джим. - У нас не было семейной страховки и нам нужно было выбирать. Мы уже были в бизнесе «Amway», но нам на самом деле нужно было построить его. С 1976 по 1979 год мы прошли весь путь от прямых дистрибьюторов до «посланников короны».

Бизнес Дорнанов в «Amway» дал им возможность вылечить Эрика и быть рядом с ним во время его тяжелых испытаний. «Мы узнали, что 70 процентов отцов, чьи дети родились навсегда неполноценными, бросали семьи, поскольку не могли вынести горя, чувства вины, а также финансовых потерь, которые неизбежны в таких ситуациях, - говорит Джим. - Но благодаря нашему бизнесу, мы не только имели возможность выдержать расходы на лечение Эрика, но и могли придти на помощь тем, кто не так удачлив как мы».

* * *

Мощное исцеляющее воздействие «Amway» на распадающуюся семью несомненно. Многие в своих партнерах по бизнесу в «Amway» также обрели подобие большой семьи, заботясь друг о друге и в благоприятные времена, и в тяжелые.

Когда в 1982 году уволили Луи Карилло, работавшего авиадиспетчером, он активизировал бизнес в «Amway», который уже

начал вести. «Я составил список в 500 человек, которых пытался привлечь к бизнесу, - вспоминает Луи. - Большинство из этих пятисот были коллеги-авиадиспетчеры, которые находились в таком же положении, что и я сам. Они все сказали «нет». Каждый из них сказал «нет».

«В “Amway” работают люди без веса», - сказали мне они».

Для Луи, который с тех пор со своей женой Кэти построил бизнес на уровне управляющего «бриллианта», их отказ дал почувствовать большую ответственность за тех, кто сказал «да». Они стали частью семьи Карилло. «Когда семья говорит вам «да», это семечко в ваших руках, - говорит он. - Оно может вырасти или засохнуть и быть вырвано, Каждое семечко - это семья. Каждый кружок - это семья».

«Amway» дал Чиффи Осбальди любовь и поддержку семьи, которой ранее у него не было. Вот почему он смог объехать полмира, выступать на сцене перед людьми, с которыми прежде не встречался, смотреть им в глаза и говорить им: «Теперь вы у меня - моя семья». И хотя он передавал свои чувства через переводчика, эмоциональная глубина выступлений 27-летнего индонезийца не требовала никакого перевода. Собравшаяся аудитория дистрибьюторов «Amway» с вниманием и сочувствием слушала его, когда Чиффи описывал свое избавление от нищеты Джакарты.

«Я выходец из небогатой семьи, - рассказывал он мне. - В школе я был на хорошем счету, но друзья, которых я выбирал, плохо влияли на меня. Большую часть времени я пил, и мне нравилось курить. Когда услышал об «Amway», то не смог записаться, поскольку мне не по карману был ранец с материалами. Так я начал экономить деньги, с тем, чтобы приобрести его».

Чиффи отправился записывать своих друзей и обнаружил, что ему удастся представлять План «Amway». «Я заинтересовался этим видом деятельности и обратился к родителям, с предложением включиться в этот бизнес. Моя мама и брат тут же присоединились».

Отец Чиффи был настроен по-другому. Он сердито отреагировал на этот бизнес. «Никакого “Amway”!» - приказал он своей семье. Мать Чиффи и брат вышли из бизнеса. Отец и сын яростно спорили, пока Чиффи не было приказано покинуть родной дом навсегда.

Это был сокрушительный удар. Юноша ушел из дома, потому что уважение к отцу было важно для него. В результате от него отступились. «У меня в кармане было всего 10 долларов, - рассказывал он. - Я подумал: “Это на всю жизнь”, — но знал, что я должен отвечать за свои стремления к данному виду деятельности».

И подобно тем, кто всегда добивался успеха, он упорно работал, не подаваясь чувству жалости к самому себе.

Чиффи поклялся показывать План сто раз в месяц в течение четырех месяцев: «Моя мечта была очень и очень сильной».

Юноша быстро поднялся до «серебра», а затем и до «изумруда».

Узнав об его успехе, семья позвала Чиффи домой, в объятия отца.

* * *

Тот, кто ведет бизнес в «Amway», старается все делать правильно с помощью принявшей и поддержавшей вас семьи «Amway». Стремление не позволять опускаться тем, кто сделал так много, чтобы помочь вам, может быть мощной мотивирующей силой. Что касается Дона и Нэнси Вилсон из Юты - все было по-другому.

«Для успеха у Нэнси и у меня было два ключа, и я почувствовал это в нашем бизнесе, - говорит Дон. - Во-первых, мой отец учил меня тому, что работать надо много и упорно. Во-вторых, Декстер Егер научил меня, как умело работать. Я не думаю, что человек будет очень удачлив без таких ключей!»

Работать упорно никогда не было вопросом. Дон играл в баскетбол в колледже и позднее стал известным в средней школе преподавателем и тренером по баскетболу. Нэнси старалась совместить карьеру сиделки с карьерой домохозяйки.

«Мы представили, что отчаянно хотим разбить ментальные и финансовые оковы, с которыми большинство людей живут всю жизнь», - говорит Нэнси. Это не просто. Когда их познакомили с «Amway», они знали, что он представляет путь к лучшей жизни, но у них не было времени и подготовки для того, чтобы заставить бизнес «завертеться». Однако не напрасно считают «посланников короны» Декстера и Бирди Егер известными «учителями по строительству мечты».

«Человек в три года хочет все, - говорит Декстер, - но люди твердят ему, чтобы он подождал. К тому времени, когда он еще не достиг совершеннолетия, мир бьет его так сильно за то, что он ничего не может получить и не может делать, что он уже не мечтает или даже не ставит перед собой цель. Таким ему придется жить неделя за неделей. Мы помогаем людям возродить свои мечты. Если у вас великая мечта, вам придется упорно работать, чтобы достичь ее!»

Дон вспоминает: «Единственное, что поддерживало нас в работе, было то, что, когда мы начали строить наш бизнес, Декстер и Бирди Егер вписались в картину. Как только мы наладили отношения с ними, мы поняли, что никогда не сможем сдать - как бы трудно ни было. Во-первых, мы не смогли бы уйти сами. Во-вторых, мы никогда не отказались бы от Декстера и Бирди. Мы слишком сильно уважаем их, чтобы перестать им верить».

Сегодня Дон и Нэнси Вилсон управляющие «бриллианты» с развернутой по всему миру организацией. Подобно Декстеру и Бирди Егер, Вилсоны делают упор на обучение и стимулирование тех, кто присоединился к их семье, к «Amway».

* * *

Как вы можете видеть, наставники могут становиться семьей,

чтобы обеспечить руководство и поддержку с целью помочь более молодым и менее опытным своим коллегам. И в «Amway» нет недостатка в хороших наставниках. Рич Де Вос назвал Билла Бритта «одним из величайших наставников в истории нашей компании». Билл считает, что он выполняет «отцовские полномочия».

Это дар, которого сам Билл был лишен, когда был маленьким мальчиком. Его отец был алкоголиком. «Он был добрым, когда был трезв, - рассказывал Боб Ричу, - но под воздействием алкоголя все менялось. Он создавал в нашей семье полный хаос».

Во время обучения в старших классах средней школы Билл работал по ночам на бензоколонке в Дэйтон Бич, штат Флорида. Там ему много раз приходилось охранять кассовый аппарат от отца, который в пьяном виде приходил иногда в поисках денег.

«У меня не было времени на спорт или общие школьные мероприятия, такие как концерты или танцы. У меня не было времени на друзей и, что было хуже, я никогда не учился всерьез. Я никогда не брал книг домой. Меня хватило лишь на то, чтобы как-то пройти школьную программу и окончить среднюю школу со свидетельством о ее окончании».

После средней школы Билла приняли в военную школу кандидатов на офицерское звание. В звании лейтенанта он участвовал в корейской войне. Вернувшись в свою родную Северную Каролину, он закончил колледж с помощью GI* и получил диплом инженера. Позднее с помощью отчима начал карьеру в городском управлении.

Билл Бритт был лишен наставничества отца, но он нашел поддержку, когда он и его жена, Пегги, строили свой бизнес в «Amway»: от бабушки, товарищей по армии, своего отчима и от Иисуса Христа,

Отцовские полномочия... «В нашем бизнесе мы могли бы назвать их отцовскими и материнскими полномочиями, - объясняет Билл. - Мы, верхняя линия отцов и матерей должны учить чувству родителей наших нижестоящих сыновей и дочерей. Как хорошие родители, мы радуемся, когда наши дети вырастают, когда они становятся нам ровней и когда они продолжают дело даже лучше, чем делали мы».

Бернис Хансен-Гильберт уровня «короны» с гордостью вела свое крупное дело благодаря почти полувековому общению с Джем Ван Анделом и Ричем Де Босом. Она и ее недавно умерший муж, Фред, продавали продукты фирмы «Nutrilite» в пятидесятые годы и объединились с «Amway» буквально с самого низкого уровня. С тех пор Бернис по-матерински руководила тысячами дистрибьюторов и наставляла своими советами, когда они карабкались по лестнице званий.

* Положения о правах военнослужащих. - Прим. пер.

ПЕРЕДАЧА В НАСЛЕДСТВО

Действуя к настоящему времени более 40 лет, «Amway» находится на этапе, когда многие преуспевающие дистрибьюторы и сама компания передают свое наследство в руки нового поколения. «Есть много народа второго поколения, пришедших в бизнес, - сообщил мне Брайан Хейс. - Наши дети выросли в нем».

Брайан добавляет: «Большинство из нас, родителей, финансировало наших детей с нуля. Чтобы для их же пользы выбить желание нежиться в постели. Конечно, однажды они получают в наследство бизнес, но самый лучший путь - это прямо сейчас привести их в гостиную, чтобы показать План. Вот это большинство из нас и делает». И это мудрый курс, курс, за который дети непременно поблагодарят родителей - позднее!

Тройные «бриллианты» Джерри и Шерри Мидоуз гордятся тем, что их сын и дочь объединились в бизнесе. Это последняя плата за одиссею, которая началась в 1970 году. «В возрасте 26 лет у Джерри были язвы, и он работал по 80 часов в неделю, - напоминает Шерри. - Я не хотела, чтобы наш малыш рос, не видя своего отца. Я увидела бизнес, который можно вести вместе».

Джерри не переставал думать об отце. «Мой отец всегда хотел иметь свой собственный бизнес, это стало и моей целью. А я видел людей с лучшим образованием - со степенями кандидатов и докторов, которые теряют свою работу из-за изменений, происходящих в промышленности».

Успешный бизнес семьи Мидоуз освободил их от корпоративной западни и собрал всю семью вместе. Сегодня Джерри и Шерри, их сын и дочь вовлечены в бизнес. «Когда дети работают вместе со своими родителями, - говорит Джерри, - они значительно быстрее усваивают систему ценностных ориентации, чем тогда, когда родители с ними играют».

В корпорации «Amway» создана атмосфера оптимизма благодаря совместной работе людей разных поколений. Дети Де Босов и Ван Анделов расскажут вам, что они гораздо счастливее, чем дети преуспевающих бизнесменов. История империй семейного бизнеса полна рассказами о втором поколении юных прожигателей жизни, предающихся удовольствиям на быстрой дороге жизни, проматывающих деньги и здоровье на пути к саморазрушению. Некоторые из них, после того, как со временем «перебесятся», ожидают момента, когда придет право на руководящее кресло, как только папа уйдет в отставку.

Но у детей Де Босов и Ван Анделов был совершенно другой жизненный опыт. У них было все для того, чтобы они упорно работали в бизнесе. Дочь Ван Андела сказала: «Мы все помним, что причина,

по которой мы все сегодня здесь, это следствие упорной работы, которую эти парни (Рич и Джей) предприняли с самого начала. Это не нечто, что сразу передается вам. Мы, дети, помним об этом».

Нэнси также кое-что вспоминает: «Я никогда не забуду этого. Я продала продуктов на сто долларов и получила значок сторонника («Amway»), и скажу вам, что он меня взволновал. Признание-это нечто, чего многие не имеют. У нас здесь, в бизнесе «Amway», это есть».

Так складывается дух и этика, внушенные детям Де Воса и Ван Андела. С семидесятых годов все восемь детей помогали создавать дистрибьюторские фирмы и выполняли разные задачи в корпорации «Amway». Никакая работа не считалась слишком мелкой или низкой для них.

В 1992 году Рич и Джей создали Политический комитет «Amway», который является ведущей командой, управляющей в настоящее время компанией. Это семейное дело: комитет состоит из отцов и их детей. В то время как Политический комитет «Amway» будет наносить на карту стратегический курс компании, повседневное управление и руководство сейчас в руках двух старших сыновей, Дика Де Воса и Стива Ван Андела. Дик стал президентом в январе 1993 года, после ухода своего отца на пенсию в возрасте 66 лет.

Отставка Джея Ван Андела от его повседневной роли в компании в сентябре 1995 года в возрасте 71 года завершила переход рычагов управления компанией ко второму поколению. Стив Ван Анд ел принял пост председателя и вместе с Диком Де Босом находится в офисе главного администратора.

Единственный вопрос, который часто задают основателям и их сыновьям, звучит так: «Будет ли команда Дика/Стива действовать так же слаженно, как и команда Рича/Джея за прошедшие полвека?» «Джей и я были друзьями и партнерами по бизнесу более 50 лет, — рассказывал Рич Де Вое в своем интервью газеты в прошлом году. - Это редко встречается в бизнесе, но мы уверены, что Дик и Стив будут работать совместно в том же духе партнерства. Я наблюдал, как Стив созрел для руководства бизнесом «Amway». Я уверен, что у него достаточно как опыта, так и способностей к руководству компанией, как это было у Джея».

Стив говорит о своем партнере: «Дик и я знаем друг друга всю жизнь. Мы учились бизнесу и вместе жили бизнесом. За последние пару лет мы оба провели много времени в Азии». Дик Де Вос эхом подтверждает свое отношение, замечая, что «у нас были личные отношения, которые привели к тому, что мы созрели к дальнейшему совместному пути в руководстве бизнесом «Amway».

Всего лишь 40 лет от роду эти молодые люди стоят перед лицом уникального вызова. В конце концов, вам хотелось бы попытаться занять место Рича Де Воса и Джея Ван Андела? В июле 1995 года

новую команду задела высказывания «Detroit News» («Детройт Ньюз»), и Дик описывал вызов так: «То, что вы видите, так это компанию на большом ходу. Трудно спорить с успехом, который имели мой отец и Джей. Мы хотим продолжать быть лидерами в этой отрасли. Мы хотели бы видеть компанию, которая обеспечит принятие рынком концепции прямых продаж».

Что касается своего прошлого, Стив Ван Андел описывает взвешенный подход к ведению «Amway»: «Что мы сделали - так это взглянули на прошлые годы, на то, как отец и Рич сотрудничали в течение 50 лет. Они установили некоторые из основ бизнеса с их ценностями. Хотя мы и другие люди, но намереваемся продолжать это сотрудничество».

Речь новых партнеров, может быть, звучит робко, но будущее «Amway» представляется нам непростым. В недавнем обращении в журнале «Amagran» основателей «Amway» Рича Де Воса и Джея Ван Андела к дистрибьюторам компании были намечены перспективы дальнейшего развития «Amway», при этом, в частности, были определены четыре цели, к которым должен неуклонно двигаться «Amway»:

«Amway» будущего должен установить жизнеспособные и наиболее привлекательные возможности бизнеса.

«Amway» будущего должен еще более деятельно и активно вести свой бизнес.

От «Amway» в будущем потребуются более смелый творческий подход к ведению бизнеса.

В «Amway» будущего успех бизнеса должен быть отражен в основном в экономических показателях деятельности.

«Мы полагаем, что “Amway” имеет достаточный потенциал, чтобы удвоить свои экономические показатели в последующие пять лет, - продолжают Рич и Джей, — однако это произойдет не автоматически. Это потребует немалых усилий части дистрибьюторов и служащих по всему миру, чтобы продолжить наши традиции роста, инноваций и успеха. Стив и Дик, Политический комитет и управляющая команда «Amway» убеждены в необходимости и возможности продолжать эти традиции развития «Amway».

Сыновья и дочери «Amway» имеют в своих руках огромные средства и ресурсы, чтобы умело вести в следующем столетии и корпорацию, и тысячи прочных семейных бизнесов. Но это также бизнес, который уважает мудрость старших. Из всех активов, находящихся в распоряжении новых руководителей «Amway» самым

ценным является опыт его основателей - Рича и Джея. Сильные надежные руки отцов на плечах сыновей продолжат дело, пока этого хочет Бог.

ГЛАВА ПЯТАЯ. НАПЕРЕКОР ВСЕМ ТРУДНОСТЯМ

Есть три вида препятствий в жизни: препятствия, с которыми родились, препятствия, которые нам ставят другие, и препятствия, которые мы создаем сами.

Бы думаете, что препятствия, с которыми родились, преодолеть труднее всего. Но затем вы читаете о людях, таких как Эми Ван Дайкен, астматик, выигравший четыре золотые медали в плавании на Олимпийских играх 1996 года. Вы также думаете, что принадлежность к «не той» этнической группе может лишить вас успеха. Но тогда проследите за первой речью Колина Пауэлла на съезде главной политической партии, на котором была сделана попытка выдвинуть его кандидатом в президенты.

Хотя казалось бы, что наше поражение определяют внешние силы, в действительности наибольшими помехами для их преодоления чаще всего являются ограничения, которые мы налагаем на себя сами. Эми Ван Дайкен, Колин Пауэлл и миллионы других преуспели, несмотря на реальные препятствия и на факторы, воспринимаемые как препятствия, поскольку они использовали все свои возможности для осуществления своей мечты.

Залог успеха бизнеса «Amway» - в умении его сотрудников действовать в условиях постоянно возникающих трудностей и преодолевать их. Как сказал однажды «посланник короны» Декстер Егер, «Оправдание - это оболочка из лжи, набитая доводами».

Непохожий на любые другие возможности бизнеса, которые я прежде видел, «Amway» дает людям силу преодолеть невероятные трудности. Некоторые люди даже считают, что этот бизнес спас им жизнь.

ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ

Среди тех, кто считает успех в «Amway» средством спасения его жизни, 34-летний «бриллиант» из Южной Калифорнии. Его рассказ настолько личный, что он и его жена предпочли, чтобы я не использовал их имен. Я назову их Биллом и Мэри.

Билл был популярен в школе и, казалось, предназначен для успеха. «Я готовился быть чемпионом, - рассказывал мне Билл. - Но также жил вечеринками и перешел черту, потому что пристрастился к наркотикам и алкоголю и стал полным наркоманом. Прежде чем я узнал об этом, я был сломлен как мужчина. Мэри и я уже жили раздельно. Мы почти развелись, в голову лезли мысли о самоубийстве».

«Amway» был действительно единственной позитивной силой в жизни, полной отчаяния. «Я вырос в бизнесе «Amway», начав его в 24 года, - говорит Билл. - Я жил двойной жизнью, и строительство бизнеса в «Amway» было моей положительной жизнью; в то же самое время я вел жизнь алкоголика и наркомана, подвергаясь ужасной внутренней борьбе, о которой знали немногие».

В конце концов, люди узнали обо всем. «Люди в бизнесе не простили мне моих пагубных пристрастий; но они хотели помочь мне справиться с бедой. Они предложили свою любовь и заботу. Теперь вы можете понять, почему «Amway» для нас больше чем бизнес - это большая семья».

«Это бизнес, который терпим к ошибкам, - рассказывал Билл мне. - Если бы я был на корпоративной работе, меня бы уволили и лишили источников дохода и позор был бы навечно в моих анкетных данных, в моем резюме».

Билл поспешил отметить, что «Amway» не предлагал какого-то чудодейственного лечения. Несмотря на все старания, его зависимость от наркотиков продолжалась и становилась сильнее, когда супруги начали строить свой бизнес. Бизнес в «Amway», однако, дал им средство повернуть круто жизнь и обрести систему поддержки, возможность остаться на плаву в море хаоса. «Этот бизнес продолжал обеспечивать нас доходом, даже когда я не мог активно заниматься работой. Это бизнес, который реально заботится о людях».

Сегодня опрятный и трезвый Билл и его жена - новые «бриллианты», строящие бизнес, который произвел более 20 прямых дистрибьюторов в Южной Калифорнии, больше 1 000 дистрибьюторов в Китае и широко представлен на Ближнем Востоке и в Восточной Европе. «Я никогда даже не задумывался о глобальном значении моего бизнеса или моей жизни, когда впервые начал бизнес в «Amway», - говорит Билл. - Они оказались двумя дверями, которые «Amway» открывает для вас».

ОТ АПОКАЛИПСИСА ТОГДА К «AMWAY» СЕГОДНЯ

Джон и Мария Херрен начали каждый свою жизнь в противоположных концах мира, только что оправившегося от разрухи, после Второй мировой войны. Мария родилась в Токио от матери-японки и отца-американца. Джон родился в Италии от мамы-итальянки и папы-американца. И Джон, и Мария попали в Соединённые Штаты еще детьми вместе с эмигрировавшими родственниками.

Марии особенно помнятся уколы насмешек и дискриминация. В Японии о ней говорили, что она не настоящая японка; в Америке ей говорили, что она не настоящая американка. Все это, вместе с сохранившимися чертами японского происхождения, сделало ее очень робкой. «Я обычно называю это робостью, — говорит Мария, — но

это был в действительности страх,—то есть ложное чувство, воздействующее реально».

На другом конце мира у Джона Херрена пропал отец, но малыш был обласкан и поддержан большой итальянской семьей. Они мечтали отправиться в Америку, и, чтобы заплатить за поездку, бабушка Джона поставила в углу дома большой черный горшок. Всякий раз, когда у них была возможность, они бросали в горшок несколько мелких монет. «Когда горшок заполнится, - говорила Джону бабушка, - тогда мы поедем в Америку».

И они выполнили задуманное. Джон говорит, что он никогда не забудет свой первый взгляд на статую Свободы через иллюминатор парохода, который доставил их в Америку.

В соответствии со своим происхождением Джон чувствовал, что ему было что испытать в Америке. Его «заводила» жестокая конкуренция - больше, чем гнев и агрессивность. «Я всегда был готов к борьбе, - вспоминает Джон. - Я знал только, что должен быть лучшим и никогда не бросать начатое. Почему? Потому что я должен был посмотреть бабушке в глаза».

После средней школы Джон единственный раз выиграл в лотерею - лотерею по отбору солдат для определенной цели. Столкнувшись с неизбежным, он записался в парашютисты и позднее оказался на Гамбургер Хилл во Вьетнаме, на авансцене одного из кровавых сражений той ужасной войны.

Это была поворотная точка. Джон вернулся домой с войны, охваченный страхом и тревогой. Он принимал лекарства, чтобы успокоиться, а затем амфетамины (стимуляторы), чтобы взбодрить себя. Как-то в один из дней он болтался по взморью в Монтерее, штат Калифорния, пил вино и глазел на океан. Он крепко заснул, и его разбудила молодая женщина, толкнув его в спину. Это была Мария.

Рядом с Марией Джон вырвал из себя жалость к себе. Он окончил колледж, получив диплом специалиста по ведению бизнеса. «Была только одна проблема, - сообщает он. - У меня не было никакого бизнеса, в котором я был бы специалистом!»

Тогда же Джону и Марии показали План. Сначала они приняли его скептически. «Я не понимал его. Я не верил в него, - говорит Джон. - Но я подумал: если я куплю что-либо из продукции «Amway», то буду обязан ее реализовать, а это уже будет концом неверия в возможность организации своего бизнеса».

Мария просто испугалась. «Это было трудно для меня, - вспоминает она. - Я думала, что не смогу делать это. Я придумывала всевозможные оправдания не заниматься этим бизнесом».

Тем не менее, они попытались. Они влились в бизнес «Amway» и за четыре месяца стали «серебряными». Они достигли уровня «жемчуга» через тринадцать месяцев и «изумруда» - спустя еще шесть месяцев. Сегодня Мария гордо подытоживает замечательное

достижение четы: «Мы, два человека с разных концов мира и с совершенно различным происхождением, сделали это - стали «бриллиантами». Занимаясь таким бизнесом, я добилась чувства уверенности. У меня есть друзья во всем мире. Я бы ни на что не поменяла свою жизнь!»

Что касается Джона, несомненно, что «Amway» помог ему преодолеть комплексы. Вспоминая страхи своего вьетнамского прошлого, он говорит: «Я должен был думать о том, что сохранит меня здоровым среди всего этого нездоровья». Он убежден, что бизнес - это идеальный дом для ветеранов, которые прошли через тот опаливший их опыт жизни. «Это чудесный способ для ветеранов вернуться в общество на положительный путь, вместо того чтобы погрязнуть в чувстве жалости к самому себе».

Слушая рассказы Джона о пережитых муках военного времени, я был вынужден упомянуть, что недавно провел много времени во Вьетнаме, даже написал ободряющую книгу о возможностях бизнеса в этой стране. Признавая, что визит в послевоенный Вьетнам был бы для него тяжелым психологическим испытанием, Джон тем не менее с энтузиазмом сфокусировался на том потенциале, который я описал как выгодное предприятие для «Amway» в этой стране. Я сказал ему, что буду рад отправиться туда с ним.

Несомненно, бизнес в «Amway» стал для семьи Херренов основой экономического благополучия, но самой большой наградой стало для Джона то, что он нашел своего отца, которого никогда не видел. «Я запланировал составить речь для большого митинга, — сказал он мне. — Мой отец услышал обо мне и был смущен. Он покинул нас, когда мне было полтора года. Я ни разу не видел его в течение 48 лет. Теперь у нас начались новые отношения. Все это благодаря «Amway».

МЕЧТЫ НЕДОУЧКИ

У Андрэ Бланшара из Монреаля шанса не будет. «В результате болезни мой отец стал инвалидом в возрасте 35 лет, - объясняет он. - Он умер спустя 10 лет, оставив мою мать с пятью детьми без гроша, без всякой страховки и с многочисленными долгами.

Мне было 12 лет, и я был вынужден бросить школу и пойти работать. Я пообещал себе, что когда у меня будет своя собственная семья, то никогда не заставлю их пройти через то, что мне пришлось испытать в детстве».

Легко сказать, труднее сделать! В 1967 году Андрэ зарабатывал 70 долларов в неделю в качестве инспектора по наблюдению за цепью оптовых бакалейно-гастрономических магазинов. «Что до моего умения, все, что я мог предложить в своем послужном списке, это семилетнее образование, а французский был единственным языком, на котором я говорил, читал или писал». Когда Андрэ и его жена

Франсуаз услышали о Плане «Amway», Андрэ очень захотел узнать о нем побольше.

Франсуаз была другого склада. Так или иначе Андрэ убедил Франсуаз пойти с ним на собрание. «Долгая дорога прошла в молчании, - вспоминает он. - Единственной причиной, заставившей Франсуаз поехать вместе со мной, было стремление защитить меня. Ее реакция была даже сильнее, когда она добралась до места проведения собрания и увидела перед домом, куда мы направлялись, черный кадиллак с нью-йоркскими номерами». Глубокое подозрение Франсуаз передалось Андрэ. Когда они вошли в дом, «у нас у обоих было чувство, что нас обманули, что мы можем стать жертвами мошенников», - вспоминает Андрэ.

Однако, к его удивлению, собрание, которое вел восторженный франко-американец из Сиракуз, полностью изменило его отношение. «Меня это так «завело», что мне стоило труда сдерживать свои эмоции».

Поначалу все шло медленно. Франсуаз еще работала и задача первым уйти с прежней работы выпала на долю Андрэ. Он вспоминает первое собрание с 40 кандидатами - все они покинули собрание, не присоединившись к бизнесу «Amway». Последний из них сказал: «Андрэ, ты добьешься своего».

Он остался и в течение нескольких месяцев зарабатывал в «Amway» больше, чем имел на своей работе. Это помогло ему включить в бизнес «Amway» и Франсуаз. Поворотный момент настал, когда Андрэ попросил своего босса предоставить ему неоплачиваемый отпуск, чтобы участвовать на семинаре прямых дистрибьюторов в Мичигане. Босс отказал, и Андрэ уволился. За 16 месяцев в бизнесе «Amway» Андрэ -теперь рке вместе с Франсуаз — стали «бриллиантами».

Сегодня мужчина с семью классами образования и женщина, которая выдержала тяжелую борьбу со своими страхами и опасениями, ведут бизнес, о котором многие говорили, что он никогда не будет работать в Квебеке; они стоят в ряду самых успешных дистрибьюторов «Amway». Четверо детей четы следуют по стопам своих родителей. Бизнес Бланшаров работает более чем в 15 странах, с организацией, охватывающей более 100000 дистрибьюторов.

Только в этом бизнесе человек, который никогда не оканчивал среднюю школу, мог выглядеть сегодня как учитель, дающий другим навыки и инструмент, который им необходим для успеха и независимости. Используя возможности своей издательской компании и других, направлений деятельности Андрэ Бланшар с энтузиазмом высказывается в пользу бизнес-подхода, который позволил ему преодолеть, казалось бы, непреодолимые препятствия. О сетевом маркетинге, он написал:

- Вы в бизнесе для себя.
- Вы босс.

- Вы сами составляете свой собственный график.
- Ваша территория не знает границ.
- Вы финансируете, где хотите, и живете, где хотите.
- Вам не нужны наемные работники.
- Вы выбираете людей, с которыми хотите строить ваш бизнес.
- Вам не нужны деньги на роскошные апартаменты для офиса.
- У вас налоговые льготы.
- Нет никаких счетов, которые надо получать.
- Вы развиваете свое собственное умение руководить и личный профессионализм.
- Вы строите свой бизнес, бизнес, который можете передать вашим законным наследникам.
- Вы распространяете качественные товары и услуги.

Андрэ и Франсуаз Бланшары убеждают, что в бизнесе «Amway», никого не держат насильно, не задержат и вас, если вы решите вернуться на прежнее место работы.

ЧУВСТВО СОБСТВЕННОГО ДОСТОИНСТВА И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ

Долгое время Рут Хэлси измеряла свой успех числом комнат в своем доме. Она и ее муж, Джордж, начали семейную жизнь в доме на колесах. Они заработали своим собственным трудом дом из пяти комнат, затем из семи, их мечтой был дом из 14 комнат. Но число комнат росло вместе с долгами семьи Хэлси. «Я поступала так, как если бы у меня были деньги», - говорит Рут.

У нее также было огромное стремление преуспеть в жизни. Третья из семи детей, выросшая в афро-американской семье в Гринсборо, штат Северная Каролина, Рут «всегда хотела хорошо разбираться во всем, что она делала. У нас не было ничего, кроме друг друга, но была и большая мечта».

Джордж вырос в Вильмингтоне, штат Северная Каролина, «в месте, которое называют гетто». Сразу же появилась цель - вырваться из жуткой среды существования. Он освободился, закончив университет штата Северная Каролина, но возможности его были ограничены. Джордж работал на матрасной фабрике, затем на текстильной фабрике, шьющей пижамы. Он чистил двери в страховой компании и отслужил срок, обходя улицы в качестве полицейского.

Обзаведясь семьей, Джордж нашел работу оценщика убытков при авариях в одной страховой компании и застрял на ней более чем на шесть лет. Рут преподавала в школе. Дома становились больше — также росли и счета.

Однажды один из коллег Джорджа рассказал ему об «Amway». Каждый, кто был в офисе, предостерегал его от «Amway». Рут также была решительно против, но она не могла предложить никакого пути, следуя по которому можно было бы достичь своей мечты, за

исключением слабой надежды - победить в конкурсе «Rider's Digest» («Ридерс Дайджест»)

Рут вспоминает, что когда они занялись работой в «Amway», то не увидели ни одного черного лица на сцене. Для Джорджа факт, что и белые, и черные друзья говорили ему, что «черным нечего делать в «Amway» заставил принять решение, доказать им, что они не правы». «Мы были вынуждены сделать это. Выбора не было. Там ничего такого не было, - вспоминает Джордж. - Я должен был сделать это для моего народа. Я должен был дать им возможность узнать, что там на самом деле. Они смеялись надо мной. Больше не смеются».

Да, теперь они не смеются. С 1975 года до сегодняшнего дня Хэлси построили свой бизнес до уровня тройного «бриллианта». Рут даже добавила несколько комнат в доме! «Теперь у меня есть комната для дистрибьюторов, комната для товаров и офис, - говорит она. - И я получила мужа, который со мной все время. Дела идут. Наш бизнес так много сделал для нас. Мы прошли длинный путь!»

БЕГСТВО ИЗ ЗАХОЛУСТЬЯ... И ОТ ЗАСЕДАНИЙ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

Сын мексиканских иммигрантов, Фрэнк Моралес родился на полях сахарной свеклы в Небраске. Его старший брат и сестра умерли от болезни и никогда не зарабатывали, став совершеннолетними.

Фрэнк вырос в трехкомнатном доме без водопровода в бедных мексиканских окрестностях Канзас Сити, штат Канзас; детство и юность прошли в условиях бедности.

Он сразу же столкнулся с расистскими проявлениями, начиная со своей учительницы! «В первый же день она сказала мне: «Вы, мексиканцы, принадлежите к темнокожим, что на той стороне города». Хотя, она не сказала «черный».

Школа вначале была отмечена бесчисленными драками и ссорами. Он в 14 лет даже попал в тюрьму. Отмеченный ярлыком нарушителя спокойствия, Фрэнк понимал, что должен исправиться. Он серьезно взялся за учебу, начал заниматься спортом. Он стал совершенствовать свое умение преодолевать препятствия на жизненном пути. Во многих случаях он убеждался, что мексиканцев не пускали в рестораны и ночные клубы. Он решительно не хотел позволить бедности и предрассудкам сломить его.

«Моя мама спрашивала меня, буду ли удовлетворен всегда тем, что я имею. Я говорил «нет», так как видел разницу между имущими и неимущими».

Неожиданно семья Фрэнка осталась без крова: паводок смыл их маленький домик. Они перебрались в Канзас Сити, штат Миссури, где Фрэнк с друзьями бросились в предпринимательство. Они собрали оркестр, который играл на свадьбах и вечеринках. Фрэнк начал оформлять заказы и на другие оркестры. В этот период он встретил

свою любовь и будущую жену, Барбару.

Когда представилась возможность начать карьеру в относительно новой сфере по обработке данных, Фрэнк впрыгнул в нее. Барбара работала в банке. Молодая женатая пара начала взбираться по корпоративной лестнице, радуясь успеху, который, наконец, пришел к ним в Калифорнии.

Фрэнк Моралес освободился от оков, в которых был. Он вся дорогу выкарабкивался из бедности в детстве и поднимался над предрассудками, проделав весь путь до старших позиций в компании «Fortune 500» («Форчун 500»). Барбара Моралес нашла подобный успех в банковской карьере. Американская мечта торжествовала в который раз.

Однако этого было недостаточно. Чего-то не хватало. Фрэнк рассказывал мне, что он был удивлен фактом, что после 27 лет пребывания в корпоративном мире он имел в банке едва ли 2 000 долларов. Барбара беспокоилась о будущем своего брака. «Я боялась, что мы могли кончить разводом, как только подрастут наши четверо детей», - говорила она.

Тогда же они услышали об «Amway». Супруги Моралес решили рискнуть, считая что, будучи опытными администраторами, быстро добьются успеха: «Мы порвем пасть этому «Amway». Мы станем «бриллиантами» через три дня».

Это и произошло, но не через три дня. Преуспевающие и счастливые Фрэнк и Барбара получают особое удовольствие от успеха и счастья, которые они приносят другим с помощью «Amway». «Вы можете думать, что это бизнес, связанный с продуктами, - нет, это бизнес, связанный с людьми, - убеждал меня Фрэнк. - Все зависит от помощи, которая позволяет отдельным людям реализовать свои мечты».

БИЗНЕС ДЛЯ ВСЕХ

- Лесли и Майра Ламбет из Мичигана, две женщины с ослабленным слухом. Они делают бизнес в «Amway», имея свои семьи и верхние уровни, которые помогают им представлять План.

- Дик Оссипгер из Вашингтона - слепой. Вместе со своей женой, Ди, он занимается бизнесом в «Amway».

- П. Дж. Кэри из Оклахомы 76 лет. Она занимается бизнесом в «Amway», начав свой бизнес в зрелом возрасте - в 74 года. «Я буду спать на кладбище», — говорит она.

- И, наконец, вот сообщение из беседы по Всемирной сети: «Я дистрибьютор из Флориды. У меня хватило нахальства строить этот бизнес. У меня паралич нижних конечностей - в течение 25 лет. Я попала в мотоциклетную аварию в 18 лет и повредила позвоночник. Если я могу строить этот бизнес, то каждый может строить его».

В сегодняшней экономике все вокруг нас запираются друг от

друга - слышен стук хлопающих дверей. «Amway» открывает свои двери для всех. Это бизнес, который спрашивает «Что вы можете вложить?», а не «Каков у вас послужной список?» Он ищет лучших из нас и просит нас отбросить все наши отговорки, чтобы не гасили нашу активность собственными, возложенными на нас самими на себя ограничениями.

Этот самодвижущий дух в крови Роджера Кроуфорда, автора книги «Игра от всей души». Родившийся с редким и очень заметным дефектом, который повлиял на его верхние и нижние конечности, Роджер преодолел большие трудности и стал профессиональным игроком в теннис. «Единственное отличие между вами и мной, — доверчиво говорит он, — это то, что вы можете видеть мой физический недостаток, а я не могу видеть ваш».

Люди, живущие с инвалидностью, предвзятым мнением, бедностью, ограниченным образованием и другими препятствиями для реализации потенциальных возможностей, находят в «Amway» свой дом. Так действуют «простые» люди, подобные вам и мне, которые живут в условиях всевозможных ограничений, но действуют

так, чтобы вырваться за пределы этого круга ограничений. Возможности «Amway» бросают свой свет надежды в самые темные места. О характере этого бизнеса и о людях в нем говорят тома книг.

ГЛАВА ШЕСТАЯ. МЕРА УСПЕХА

Успех - это развивающаяся реализация поставленной цели.

Декстер Егер

Брюс Канегаи был преуспевающим почти во всем, что он делал, а занимался он почти всем.

Этот прямой дистрибьютор «Amway» преподавал искусство в средней школе Южной Калифорнии в течение 25 лет. Специалист по карате, он вел уроки вечерами и обучал технике выживания членов департамента полиции Беверли Хиллс и судебных исполнителей. Он спортсмен-лыжник и установил рекорды по пешему туризму с рюкзаком. Эти предметы он также преподавал. Для Брюса и его жены, Нэнси, которая тоже была преподавателем, это была полная, занятая и надежная жизнь.

Так почему же они добивались для себя необходимого времени для строительства успешного бизнеса в «Amway»? «Мы оба хотели поставить наше преподавание на более высокий уровень, — говорит Брюс. - Преподавание - это мое призвание, и это то, что я делаю в этом бизнесе».

И делают хорошо! Брюс сообщает, что он уже получает больший доход от «Amway», чем от 25-летнего преподавания в средней школе. Это позволило Нэнси покинуть работу с полным рабочим днем и сфокусироваться на бизнесе «Amway» и на своих детях.

У него большое уважение к жестким требованиям, стоящим перед судебными исполнителями, но как приятно выйти из среды всех этих четырехбуквенных слов в более положительную возвышающую обстановку.

Брюс не терпит тех, кто говорит, что у них нет времени на «Amway». «Я преподаю в школе весь день и заезжаю за детишками, иду в класс карате и еще убираю в кухне и в гостиной, в которой показываю План «Amway», - утверждает он.

Чета Канегаи гордится, что живет согласно принципам своих предков. Брюс американец японского происхождения, чьи деды попали в Сан-Франциско в 1904 году и позднее основали успешный семейный бизнес в той части Лос-Анджелеса, которая известна как Маленький Токио. Нэнси потомок капитана Мэйфлауера. «Обе наши семьи прибыли в Америку по одному и тому же соображению - соображению свободы предпринимательства, - говорит Брюс. - Единственно, что прибыли они сюда в разное время и из разных частей света».

История обоих супругов из семьи Канегаи и помогает ответить

на один из наиболее часто задаваемых вопросов об «Amway»: «Что на самом деле означает успех в бизнесе «Amway»?»

Некоторые критики этого бизнеса, отвечая на вопросы, любят определять понятие успеха узко и поверхностно: «Сколько людей занимаются им? Реалистично предполагать, что средний человек сможет добиться своих финансовых целей?» Таким образом, они пытаются подорвать доверие к этому бизнесу. Их аргументы примерно таковы:

1. Дистрибьюторы Amway заманивают обещанием жизни в богатстве и праздности.
2. В действительности немногие люди добиваются такого уровня успеха.
3. Отсюда следует, что большинству людей не удастся добиться

того,

чего они хотели, и этот бизнес - сплошное мошенничество.

Жесткие слова? Да. Это подозрение, рожденное незнанием и узколобым мышлением. Но нет ни одного преуспевающего дистрибьютора, который не наслушался бы таких сентенций.

Думали ли Брюс и Нэнси Канегаи о дне, когда они добьются уровня «короны» своей дистрибьюторской фирмы со всеми вытекающими из этого стимулами, которые дает подобное достижение? Конечно, они думали. Но это не единственный способ, которым они измеряют успех. Даже если бы они никогда не заработали ни одного лишнего доллара в бизнесе «Amway», Брюс и Нэнси скажут вам, что они нашли успех в важных областях:

- Брюс считает, что их бизнес в «Amway» обеспечивает среду, которая более положительна, чем жестокий мир судебных исполнителей.

- У обоих есть новый выход для занятий истинным призванием своей жизни, то есть помогать другим, преподавая.

- Семья освободилась от трясины долгов по кредитным карточкам, которые используют многие семьи.

- У Нэнси стало больше времени, чтобы проводить его с детьми.

- Брюс в состоянии быть истинным наследником своих предков-иммигрантов, которые оставили в Японии все, чтобы заняться своей мечтой свободного предпринимательства.

Правда, семья Канегаи стала богаче в бизнесе «Amway». Но они стали богаче и во многих других отношениях. Это ли не лучшая мера достижений?

* * *

Как «посланник короны», Дэн Вильяме наилучшим способом подходит под определение человека, добившегося финансовой независимости. Он стал преуспевающим в «Amway» сразу же, как только пришел в этот бизнес, и в возрасте 70 лет он не остановился и не снизил темп. Однако когда вы говорите Дэну Вильямсу о его успехе

в бизнесе, его мысли непременно обращаются не к деньгам, а к заиканию, которое сопровождало его речь с детства.

Несмотря на унижительное положение, от которого страдал, Дэн погрузился с головой в жизнь, служа похвально в качестве лейтенанта военно-морского флота и успешно в качестве администратора концерна «Dow Chemical» («Доу Кемикал»). Самым неприятным были длинноты гласных звуков, к которым он невольно обращался, пытаясь уйти, чтобы избежать представить себя и свою жену, Банни, другим людям. «Буквы Ди и Би были самыми трудными. Это было на самом деле унижительным».

Теперь осталось лишь слабое эхо заикания, которое было достигнуто Дэном Вильямсом ценой невероятных усилий. Дэн верит в «Amway». Его речь заметно улучшалась, когда он занимался бизнесом. «Она улучшилась, когда я перестал думать о своей персоне и направил свои мысли на других людей».

* * *

Мера успеха. Она настолько же уникальна, как уникальны ваши мечты или мои. Согласно Дэну Вильямсу, мерой успеха было, когда он был способен представиться Банни без боязни и смущения. Прямой дистрибьютор-«бриллиант» Генри Зампа из Мичигана просто хотел иметь 30-футовую яхту!

«Когда Кэрол и я вступили в «Amway», моей единственной целью была эта яхта, - говорит Генри, - ну и примерно три месяца спустя я вышел под парусом!» Миссия выполнена. На том уровне бизнес дал точно то, что чета Зампа запрашивала.

«У меня больше нет лодки, - продолжает Генри. - Мои ценности изменились. Теперь моя цель - помогать людям. От этого я получаю больше удовлетворения, чем от плавания под парусом».

«Вы должны расти как личность в бизнесе, — говорит он. — Есть много путей делать деньги, но нет ни одного способа совершенствовать стиль жизни и заиметь друзей во всем мире, как это возможно в «Amway».

Прямой дистрибьютор-«бриллиант» Карла Вилсон говорит, что она обычно не ахти какой мыслитель: «Я не хотела делать карьеру. Моя мечта была выйти замуж, создать семью и оставаться дома».

Эта мечта остается главной в жизни Карлы, но она немного думает о большем. «Посредством этого бизнеса вы можете достигнуть в жизни всего, чего вы хотите, - говорит она, - однако возможно, что это не деньги, которые очень важны».

Муж Карлы, Майк, пользовался огромным успехом и популярностью в своей жизни; чего ему не доставало — так это смысла и направленности. Стать взрослым для Майка было довольно просто: «Я был настоящим американским парнем». Но когда Майк попал в колледж, чувство пассивности и беспомощности охватило его. «Ясно, что у меня была цель стать яркой индивидуальностью, - говорит он. -

Я хотел, чтобы моя жизнь была ключом. Я пытался найти что-то, чтобы захотеть сделать это своей жизнью.

Я хорошо знал: жизнь должна быть чем-то большим, чем работать пять дней в неделю, чтобы два дня получать удовольствие».

Майк думал, что нашел свое призвание, когда стал классным теннисистом-профи, участвующим в международных соревнованиях, а позднее преподавая в нескольких шикарных сельских клубах в Южной Калифорнии. Но однообразная тяжелая, скучная работа преподавателя с 7 утра до 10 вечера отрывала друг от друга его и Карлу. Цель была достигнута, и мера успеха была достигнута, но по сути Майк был несчастен - даже «где-то на грани самоубийства». Он чувствовал, что потерял контроль над своей жизнью и ему необходимо было «пересесть на другой поезд».

Когда он увидел План «Amway», тот сначала ему не понравился, но Майк решил стать «парнем, который собрался делать это». И он стал им.

Финансовые вознаграждения, приятные, когда они есть, меркнут, когда Майк и Карла оценивают, что сделал «Amway» для их жизни. «Мы получили много прекрасных материальных благ, - говорит Майк, -однако свобода иметь полный контроль над своей жизнью особая статья - она бесценна».

* * *

Чем измеряется успех, когда вы были звездой в спорте, радующимся преклонению множества людей? Бывший игрок НФЛ (национальной футбольной лиги), а теперь тройной «бриллиант» Тим Фоли играл за «Дельфинов» Майами в течение 11 сезонов под руководством тренера Дона Шула. Он был членом команды, когда выиграл в 1973 году Суперкубок победного исторического сезона «Дельфинов».

Тим знал, что это будет не вечно: «Не надо быть инженером-ракетостроителем, чтобы представить, что слава это временная штука, — сказал он. - Я знал, что не собираюсь играть в «Дельфинах» до 65 лет». Он и его жена, Конни, обдумывали и обсуждали предстоящие шаги, которые, как они полагали, могли помочь им обрести финансовую независимость, когда рев толпы перестанет звучать в их ушах. Никто из них не работал.

Мысли Тима вернули его в детство, в маленький парк развлечений в Скоки, штат Иллинойс, которым управлял в течение летнего времени по субботам и воскресеньям его отец. «Мой отец по складу характера был независимым человеком, - вспоминает он. - Подобно своему отцу, а еще раньше и деду, моему отцу был присущ дух предпринимательства. Он должен был работать на себя. Это была традиция, в которой он вырос».

В качестве маленького помощника отцу в парке развлечений, Тим сохранил эту традицию, продавая освежающие напитки, игрушки

и безделушки другим детям. Он живо вспоминает, что, хотя его отец владел парком, никакой работы он не чурался: «Он хотел быть уверенным, что посетители парка никогда не будут разочарованы».

Так, после наиболее эффектных взлетов славы на футбольном поле Тим Фоли вместе с Конни переосмыслили перспективу успеха в своей жизни. Сегодня они имеют собственный преуспевающий бизнес в «Am way».

Тогда, в конце шестидесятых Хол и Сюзан Гучи из Томасвиля, штат Северная Каролина, не задумывались о жизни после славы. Они думали о том, как оплатить свои счета и съехать с квартиры, арендная плата за которую составляла 55 долларов в месяц.

Хол работал в маленькой мебельной компании своего отца. Сюзан работала оператором на компьютере. Большинство семей в этом небольшом городке работало на компанию «Томасвилльская мебель», принадлежавшую семье Финча.

Финчи жили в громадном особняке, и Гучи подъезжали к нему, стоя под большим дубом, мечтали о том дне, когда они будут жить в доме, подобно этому. Все эти годы они упорно работали, чтобы иметь возможность осуществить свою мечту о доме.

Сегодня Хол и Сюзан Гучи оплатили свои счета. Они сделали это, выстроив успешный бизнес в «Amway» и дойдя до уровня двойного «бриллианта», бизнес, который действует во всех 50 штатах страны и более чем в 50 странах мира. И живут они в прекрасном доме.

* * *

Когда Билли и Пегги Флоренс из Джорджии начинали строить свой бизнес в «Amway», они измеряли свой успех очень просто. Они хотели скомпенсировать жалование Пегги, которое она получала за преподавание, для того, чтобы они смогли начать семейную жизнь. Зарплаты Билла - военного пилота едва хватало.

Сегодня управляющие «бриллианты» Флоренсы обеспечили финансовый достаток и материальный комфорт, достигнув поставленной цели. Но сейчас они определяют меру успеха уже не так.

«Конечно, приятно путешествовать, когда пользуешься собственным самолетом, - говорит Билл. - Но самая значительная невидимая часть бизнеса в «Amway» - это быть рядом с Декстером Егером и другими «бриллиантами». Никаких денег не хватит купить мудрость, которую вы получаете от того времени. И, конечно, нельзя оценить в долларах свободу, которую мы имеем, и возможность целый день быть родителями для своих детей».

Пегги Флоренс видит свой успех в том же: «Нас радует, что мы часть увеличивающегося числа наиболее передовых, творческих и любящих свободу людей в мире».

Управляющий «бриллиант» Билл Чайлдерс много думал о том,

чем определяется успех в «Amway». В конце концов, у него уже был профессиональный успех, когда он работал по своей специальности на разных работах - на солидных должностях в промышленности. Но этого ему было недостаточно, в 1973 году он начал строить свой бизнес. «Я думал, что мне придется иметь собственный бизнес, если собираюсь добиться финансовой независимости», - вспоминает Билл. Сегодня предпринимательская группа Билла Чайлдерса действует по всему миру. Он все еще не забыл, на что это похоже, когда только что начинаешь, - все те же вопросы, все те же сомнения.

«Вскоре после вхождения в бизнес, - говорит Билл, - я приступил к моей главной функции. В тот уикэнд произошло нечто значительное, что вдохновило и буквально заставило изменить мою жизнь. Я никогда не забуду, как во время поломки (автомобиля), когда я сидел около бассейна мотеля и думал о перспективах на будущее, у меня мелькнула мысль: а хорошо бы иметь сто человек в своей группе, вместе занимающихся работой.

Сейчас просто удивительно, оглядываясь вокруг, видеть степень успеха многих, пришедших в бизнес «Amway».

Для тех, кто думает, что обо всех возможностях в сетевом маркетинге уже все сказано, Билл Чайлдерс предлагает несколько мудрых советов: «Сейчас больше возможностей, чем я имел в 1973 году. В наших руках множество новых продуктов, больше великолепных средств, больше доверия и определенно больше технологий. И еще. Ко всему этому надо относиться с душой».

* * *

Степень успеха. Для некоторых она в том, чтобы стать миллионером. Для других - быть в состоянии зарабатывать достаточно для оплаты счетов или для покупки особого автомобиля, яхты или дома.

Однако для других цель - собрать вместе разбросанные семьи. Или мечта о возможности супруге быть дома с детьми в эру, когда слишком много детей остаются дома одни и это представляет опасность.

Некоторые присоединяются к бизнесу, чтобы занять новых друзей, помочь преуспеть другим или учить и наставлять молодежь.

Некоторые присоединяются, чтобы стать самостоятельным. Другие - потому, что хотят стать членами команды.

Некоторые присоединяются, чтобы улучшить качество своей жизни. Другие делают это, чтобы надежно обеспечить себя материально при выходе на пенсию.

Некоторые присоединяются к бизнесу, чтобы ничего не доказывать, будучи успешным в другом. Некоторые присоединяются с тем, чтобы доказать: «Я тот, кто может выполнять эту работу!»

Когда прямой дистрибьютор-«бриллиант» Джей Куча из Калифорнии рассказывает об «Amway» как «о котле, подобном

Америке, о бизнесе потрясающего разнообразия», он говорит не просто о расе, религии или этническом происхождении. Он говорит о мечтах, о способах, которыми каждый из нас измеряет успех в своей собственной жизни.

Amway не давал и не будет давать лживых обещаний мгновенного богатства. Наоборот, он предлагает нечто более ценное - жизнь, дающую возможности выбора.

* * *

Теперь давайте поговорим ясно и практически о деньгах.

Стоит вспомнить, что даже самые скромные суммы дополнительного дохода - если с ними разумно обращаться, могут, при настойчивости и упорстве, привести к большей безопасности и жизни в достатке. Допустим, рассчитываем с запасом, что вы получаете 6 процентов годового дохода от вашего вклада в банк. Это прибыль от вашего бизнеса в Amway за весь прошедший год (следующее упражнение применяется безотносительно к источнику дохода).

Если вы сэкономите 300 долларов в год (в среднем по 25 долларов в месяц), у вас будет:

- 1 691 доллар через 5 лет
- 3 954 доллара через 10 лет
- 6 983 доллара через 15 лет
- 11 036 долларов через 20 лет

Если вы сэкономите 900 долларов в год (в среднем по 75 долларов в месяц), у вас будет:

- 5 073 доллара через 5 лет
- 15 109 долларов через 10 лет
- 20 948 долларов через 15 лет
- 33 107 долларов через 20 лет

Если вы сэкономите 1 800 долларов в год (в среднем по 150 долларов в месяц), у вас будет:

- 10 147 долларов через 5 лет
- 30 218 долларов через 10 лет
- 41 897 долларов через 15 лет
- 66 214 долларов через 20 лет

Если вы сэкономите 6 000 долларов в год (в среднем по 500 долларов в месяц), у вас будет:

- 33 823 доллара через 5 лет
- 100 726 долларов через 10 лет
- 139 656 долларов через 15 лет
- 220 714 долларов через 20 лет

Если вы сэкономите 12000 долларов в год (в среднем по 1 000 долларов в месяц), у вас будет:

- 67 645 долларов через 5 лет
- 201 452 доллара через 10 лет
- 279 312 долларов через 15 лет

- 441 427 долларов через 20 лет

Конечно, если вы сэкономите или инвестируете ваш дополнительный доход при более высокой норме прибыли, ваша «жалкая» сумма вырастет намного больше. К примеру, при 8 процентах прибыли, ваши 6 000 долларов сбережений в год обеспечат сбережения в сумме:

- 35 200 долларов через 5 лет
- 107 074 доллара через 10 лет
- 162 913 долларов через 15 лет
- 274 572 доллара через 20 лет

А если вы будете в состоянии выложить 12 000 долларов в год при 8 процентах прибыли, вы будете иметь:

- 70 399 долларов через 5 лет
- 214 147 долларов через 10 лет
- 325 825 долларов через 15 лет
- 549 144 доллара через 20 лет

Вот здесь и показано, как вы можете стать миллионером. Сберегайте 1 200 долларов в месяц при 12 процентах нормы прибыли и через 20 лет будете тем, кто соберет на «черный» день 1 037 555 долларов.

Вы скажете, что так долго придется ждать? А вы хотели бы залезть глубоко в долги, чтобы на четыре, шесть или восемь лет пойти в колледж, а затем поработать на кого-то еще в течение 30, 40 или 50 лет? Почему же вы готовы принять эту формулу для жизни, а не формулу благоразумного сбережения и инвестиций?

Вы скажете, что вы хотите это все здесь и сейчас? Играйте в лотерею. Удачи вам!

Возможно, «Amway» не позволит вам оставить вашу работу и вылезти из состояния прозябания сегодня, но это произойдет завтра. Суммы денег, начисленные выше, могут определить что-то из следующего ниже:

- Вы и ваша супруга сможете позволить тот круиз, о котором вы всегда мечтали, или отпраздновать вашу серебряную свадьбу.
- Вы сможете выйти на пенсию в 60 вместо 65 лет или вообще не выходить на пенсию.
- Вы сможете послать ваших детей в колледж по вашему выбору.
- Вы сможете поддерживать тот же уровень жизни, если временно оставите работу, с помощью готового бизнеса там, где вы уже организовали его.
- Вы можете изменить закладную, чтобы купить новый дом, о котором вы мечтали всю жизнь.
- Вы можете прожить ваши годы в уютной атмосфере организации «Мир досуга» или в помогающей жить общине вместо дома престарелых.
- Вы передадите свое наследство вашим детям и вашим внукам.

* * *

Управляющие «бриллианты» «Amway» Глен и Джойя Бейкеры из Калифорнии привыкли полагать, что они могут легко достичь своей мечты. Они жили так, что это не требовало средств; оба работали полный рабочий день только для того, чтобы оплатить гору счетов. Сбережения? Не тот случай.

«Я думал, что делаю великое дело в нашей системе прозябания, - говорил Глен о своей карьере в системе страхования. - Моя мечта ограничивалась попытками заработать столько, чтобы оплатить 8 000 долларов в месяц по счетам, которые мы накопили.

Тогда, в 1989 году мне позвонил давний школьный приятель, который хотел показать мне кое-что, от чего у меня от удивления поднимаются брови. Это был «Amway»».

Глен и Джойя помнят, что совершенно не заинтересовались Планом. «Мы уходили от него четыре раза, — рассказывал мне Глен, — потому что мы думали, что знали его целиком, думали, что составили мнение о нем».

Сегодня Бейкеры благодарны, что их спонсор возвращался к ним. Сразу же, как только они, наконец, согласились строить, бизнес, немедленно было решено достичь уровня «бриллианта». «Мы стали последователями Всемирной системы «Строителей мечты», - сказал Глен. Сегодня Глен и Джойя целый день работают в этом бизнесе. Они успешно освободились от оков долга и прозябания на работе с девяти до пяти.

«У нас была мечта, - говорил Глен, - и огромное желание достичь ее. Когда люди на нас давили, мы становились сильнее. Клянусь честью, мы точно знали, что если сделаем эту работу, то результат будет обязательно».

* * *

Несколько лет назад в душевном разговоре с Дэвидом Джоном Харрисом, выпускником университета, готовившим свою докторскую диссертацию, Рич Де Вос и Джей Ван Андел говорили о людях «Amway» и мечтах, которыми все они делились и осуществления которых добивались. Хотя индивидуальная цель у каждого человека было своя, но были и общие цели, которые каждый может понять и к которым стремятся все. Рич заметил, что независимо от национальности люди «любят есть, они хотят жить лучше, они хотят быть свободными, хотят путешествовать, хотят заботиться о своих детях».

Джей развил эту тему: «Есть общая основная линия. Рич обратил внимание на часть из нее. Быть способным использовать фразу «жить лучшей жизнью», что бы она ни означала для отдельного человека. Для большинства индивидуумов это означает улучшить ее хоть немного по сравнению с тем, что они имеют сейчас. Для того, у кого нет ничего, это может означать чуть-чуть больше, но все-таки больше.

Это касается материальной стороны. Но основная линия не ограничивается только материальной стороной. Хочется, чтобы многие люди могли делать все по своему собственному усмотрению. Это, вероятно, основное в деятельности предпринимателя. Это один из тех основополагающих моментов, которые создают предпринимателя».

Люди в бизнесе «Amway» рассказывали мне истории, которые вызывали воспоминания из моей собственной жизни. К примеру, «посланники короны» Джерри и Шерин Вебб из Техаса действительно перебивались кое-как, когда Джерри работал над докторской диссертацией по философии в Техасском Университете. Они жили в армейском бараке, который был превращен в жилье для женатых студентов. Повсюду ползали тараканы.

Когда их дочку госпитализировали из-за болезни, они были вынуждены занять 50 долларов, чтобы оплатить счет, прежде чем смогли взять ее домой. И они вспоминают, что основной едой у них были макароны с сыром в пакетах по 18 центов, семь пакетов в неделю.

Я хорошо помню эти коробки! Меня только что отчислили из колледжа, моя семья пережила несколько кризисов, которые разорили нас в финансовом отношении. Целый семестр я имел 7 долларов в неделю на питание. Как и Веббы, я покупал эти пакеты макарон быстрого приготовления и сыра, правда, тогда они стоили 25 центов. Соус я делал на воде вместо молока.

«Вы сможете лучше оценить ваше место сейчас, если вспомните, откуда пришли», - говорит Джерри. После того, как он преуспел в «Amway», Джерри вспоминает: «Я несколько лет не мог есть

макароны с сыром».

Я до сих пор не могу. И ничто не вынуждает меня их есть. По мне, это и есть мера успеха.

ГЛАВА СЕДЬМАЯ. ГЛОБАЛЬНОЕ РАСШИРЕНИЕ

Большинство из нас будут весьма счастливы посетить Гавайские острова, где, по нашему мнению, мало чего имеется, кроме веселья, солнца, песка и серфинга. Когда прямой дистрибьютор Линда Агус была там, у нее возникла проблема с почтовыми марками.

Она и ее муж Пол недавно побывали на островах вместе с тысячами дистрибьюторов «Amway», включая большую группу из Индонезии. Многие из этой группы впервые покинули свою родину и в первый раз посетили Соединенные Штаты.

Линда была озабочена, поскольку группа ранее уже сэкономила на всем и копила деньги на поездку. Они привезли с собой несколько упаковок лапши быстрого приготовления и так могли сэкономить на еде. Зная, как им хотелось рассказать о своих впечатлениях там, у себя на родине, в Индонезии, она решила помочь им, купив для открыток 600 почтовых марок, по 50 центов каждая. Это был чудесный жест с ее стороны, но когда она детальнее обсудила этот вопрос с группой, чтобы узнать, сколько открыток они собираются послать по почте, то всего набралось 5 000!

«У них почти не было денег, чтобы их тратить, - говорит Линда, - но те малые деньги, которые у них были, они хотели потратить на почтовые открытки и марки, чтобы поделиться своими переживаниями со своими семьями там, в Индонезии».

Для Пола и Линды Агус это было еще одно ценное впечатление, связанное с «Amway». Для остальных из нас это была еще одна иллюстрация глобально расширяющихся возможностей «Amway» и общей мечты, которые обогащают опыт людей независимо от страны проживания или культуры.

Пол и Линда имели повод и возможность помочь индонезийцам, борющимся за осуществление своей мечты о лучшей жизни, поскольку их собственный путь к «бриллиантам» был таким же долгим, тяжелым восхождением. Это обычное дело для тех, кто идет первым.

По происхождению индонезийцы, Пол и Линда узнали о бизнесе в «Amway», когда жили в Австралии. Школьный друг Пола, Роберт Ангаза, финансировал их. Вначале Линда цепенела, когда надо было выступать перед людьми, что и было, как она говорит, причиной ее решения стать бухгалтером. «Этот бизнес изменял меня постепенно, - говорит она. - Теперь я люблю выступать перед людьми».

Чета Агус дошла до уровня «серебряного» в Австралии. Они почувствовали себя достаточно уверенно, так что, когда «Amway» в 1992 году начал действовать в Индонезии, они решили продать все

свое имущество и вернуться на родную землю, чтобы строить свой бизнес, и возглавили работу организации Network-21 в этой стране.

«Мы думали, что это будет просто, но ошиблись», - вспоминает Линда. Вспоминая все трудности и неувязки - от недостатка адекватных выражений в общепринятом языке до проблем с местной полицией, - Пол повторяет мнение Линды: «Многие полагают, что новый рынок создается просто. Но у вас масса проблем. К счастью, наша мечта была сильнее проблем».

Осуществление их мечты было прервано болезнью отца Линды - у него случился инфаркт. Его госпитализировали на два месяца, что без страховки по болезни опустошило семейные сбережения. Доктор сказал Линде, что отец выживет только при открытой операции на сердце, что можно сделать в Сингапуре или в Австралии.

Линда была вне себя. Лечение было отложено, пока она и Пол попытаются добыть денег. Они пытались занять у родственников, но им отказали. Сначала Линда была в гневе, но затем подумала: «Это не их вина». Почему у нас нет денег? Это наша вина. Залезая глубоко в долги, они заняли денег для транспортировки отца Линды в Сингапур. Там его оперировали, но было слишком поздно; он умер.

В своем горе Линда поклялась: «В моей семье это никогда не повторится». Она и Пол влились в новую компанию, строя большой индонезийский бизнес и идя к «бриллианту». Они заплатили долги через год.

Линда получила хороший урок, который она передавала каждому, с кем встречалась: «Пожалуйста, делайте этот бизнес прежде, чем он станет для вас необходимостью».

В то время как Линда фокусировалась на причинах, почему она и Пол должны были преуспеть, Пол размышлял о причинах, почему они преуспели. «Наш бизнес в Индонезии растет так быстро, потому что мы имеем лучших верхних дистрибьюторов в мире», - объясняет он, кредитуя индонезийца Роберта Ангказа, австралийцев Митча и Дейдру Сала и американцев Джима и Нэнси Дорнан, создавших систему поддержки, которая работает повсюду в мире.

ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНАЯ СЕМЬЯ

Подумайте вот о чем. Два американца голландского происхождения из городка Ада, штат Мичиган, начинали бизнес прямых продаж в подвале своих домов. Десятью годами позже они прокладывали путь двум жителям из Калифорнии, которые создали систему поддержки, распространившуюся через Тихий океан до пары из Австралии, чьи преданность и поддержка вызывают глубокое уважение индонезийцев, борющихся за то, чтобы поднять из нищеты себя и свою страну.

«Amway» инициировал создание интернациональной семьи исполнителей и мечтателей, чьи коллективные усилия помогают продвижению свободного предпринимательства и способствуют

экономическому прогрессу даже в беднейших странах. Это та семья, которая активно повышает перспективы укрепления мира во всем мире.

Вот история, которую надо рассказывать.

* * *

Большинство людей вне бизнеса не знают (а узнав, удивляются), что мощный феномен «Amway», действующий более чем в 90 странах и территориях, осуществляет большую часть своих продаж за пределами Соединенных Штатов.

Год назад вы могли бы отнести меня к тем, кто не знает об этом факте. Я путешествовал по Австралии с президентом Американской ассоциации перевозок Томом Донахью и его женой Лиз - близкими друзьями семьи Ван Анделов, когда мы увидели заголовок в газете с репортажем, касающимся разработок «Amway» в Австралии. «Amway» в Австралии?» - удивился я. Том этим же вечером повел меня на обед, и с тех пор я всегда стремился понять, как бизнес, который я считал квинтэссенцией американского образа жизни, мог пустить корни и расцвести в иных культурах и других странах.

Что такое «новый мировой порядок»? Нам задают этот вопрос с тех пор, как появилась эта фраза вслед за коллапсом коммунизма и концом холодной войны. Какое место в системе взаимоотношений стран всего мира займут коммунистическая страна, социалистическая страна и государство всеобщего благоденствия? Эффективный рост мирового предпринимательства, воплощенный «Amway», помогает нам найти ответ. Расцвет свободы и демократии вместе с расширением связей и технологий и доступности планов бизнеса с низкой стоимостью продуктов и услуг, такой как у «Amway», создает богатые возможности бизнеса для людей среднего класса во всем мире.

САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСПОРТ АМЕРИКИ

Для некоторых стран жизненно важный экспорт - это нефть, некоторые экспортируют автомобили, другие экспортируют алмазы, а некоторые - продукты питания. Наиболее ценная статья американского экспорта — это не товары широкого потребления, естественные ресурсы или готовые изделия, а идея - дать обычным мужчинам и женщинам возможность свободного предпринимательства. Не один наблюдатель заметил иронию в факте, что компания, чье название происходит от «Американского пути», добивается теперь широкого одобрения в странах, догмой которых десятилетиями было: «Янки, убирайтесь домой».

Это был опыт, раскрывший глаза управляющему «бриллианту» Джиму Флоору. «В голове у меня однажды возник один вопрос: может ли «Amway» преуспеть в некоторых странах, - говорил он мне. - Однако мы с тех пор вошли в некоторые неразвитые страны и обнаружили, что они относятся к принципам успеха так же, как

относимся и мы здесь.

Удивительно, как похожи мечты и цели от страны к стране и от культуры к культуре. «Amway» делает мир немного меньше, собирая людей вместе и разрушая барьеры».

Хироюки Хори, молодой японец, «продавец», который оставил свою работу несколько лет назад, чтобы посвятить все время своей дистрибьюторской фирме в «Amway», вторит этой оценке репортеру: «Есть понятие “американская мечта”, но, на самом деле, нет такого понятия, как японская мечта. Здесь есть небольшой шанс на успех, но в «Amway» я вижу людей, преуспевающих постоянно».

Помогая людям преуспевать в бизнесе по всему миру, «Amway» во многих случаях преобразует компании у себя дома. «Amway» стая компанией, продвигающей экспорт. Цифры демонстрируют впечатляющую историю. В 1984 году продажи за рубежом насчитывали 15 процентов общего дохода. Сегодня две трети доходов компании получают от продаж за границей, и эта доля, как ожидают, поднимется до 75 процентов к 2000 году.

Важно, что глобальная арена предоставляет шанс молодому поколению лидеров «Amway» отметить себя в бизнесе. Строя бизнес на базовом видении своих отцов, дети Де Восов и Ван Анделов теперь имеют шанс стать пионерами в своем собственном начинании. То же самое верно и для дистрибьюторов «Amway» и их организаций, которые могут иметь перспективу в любых странах, в которых действует «Amway», пока они будут соблюдать законы этих стран.

В бизнесе, подобном бизнесу «Amway», который так широко полагается на энергию людей, большое значение имеет то обстоятельство, что есть новые вершины для подъема.

ТОРГОВЫЕ БАРЬЕРЫ? КАКИЕ ТОРГОВЫЕ БАРЬЕРЫ?

На сюрреалистической церемонии в Белом Доме весной 1996 года президент Билл Клинтон и собравшаяся верхушка производителей автомобилей в стране отмечали то, что, как они думали, было благоприятной вехой в анналах международного маркетинга, -представление автомобиля с правым рулевым управлением для продвижения и продажи его в Японии, где народ ездит по «неправильной» стороне дороги. Ведомые президентом, участники соревновались в красноречии об американском умелом и агрессивном решении выдвинуться на ранее «закрытые» рынки -свидетельстве громадного «инновационного процесса» в создании автомобиля, который был бы действительно подходящим для этих рынков!

По совести говоря, американские производители автомобилей в недавние годы достигли больших успехов в продаже своих изделий, в плане улучшения качества и экспортной пригодности продукции.

Но имидж политических деятелей и администрации, похлопывающих друг друга по спине в такой день, чтобы сделать все это очевидным, есть иллюстрация вялого темпа, с которым многие американские компании пытаются приблизиться к прибыльным иностранным рынкам.

Не так обстоят дела в «Amway» и тысяч других изобретательных и предприимчивых компаний. В то время как некоторые жалуются и продолжают «игру упреков», «Amway» вышел на международный рынок, с тем, чтобы занять их место. Например:

- «Amway» проводит торговые операции в более чем 90 странах и территориях.

- Японский «Amway» гордится сетью торговых агентов из 980 000 дистрибьюторов, продающих товаров каждому из японских граждан в среднем на 40 долларов. За пять лет доход удвоился.

- В то время как большинство американских компаний отказались от Бразилии из-за ее экономической и социальной нестабильности, «Amway» в 1991 году вошел в рынок и записал 10 000 дистрибьюторов за первые три дня. За три года объем продаж увеличился на 1500 процентов.

- В польский «Amway», в течение месяца после открытия своих дверей, записалось 100 000 желающих стать дистрибьюторами.

- Открытие компании в Чешской республике приветствовали 20 000 дистрибьюторов, записавшихся в первые две недели.

- Публичное предложение акций для финансирования расширения компании в Китае в 1993 году в Азиатско-Тихоокеанском филиале «Amway» выросло примерно на 150 миллионов долларов – таким высоким спросом на часть акций, что цены на бирже в течение первого дня продажи выросли на 59 процентов.

«Посланник короны» Джим Дорнан, чья организация — Network-21 субсидирует и готовит дистрибьюторов во многих странах, высказывается по поводу общечеловеческого желания во всем мире: «Их стремления похоже на наши. Они хотят безопасности и независимости — взять на себя заботу о своей жизни и улучшить свое будущее».

ГЛОБАЛЬНОЕ РАСШИРЕНИЕ: СТАРАЯ «НОВАЯ ИДЕЯ»

В то время как темп глобального выдвижения компании «Amway» на международный рынок быстро увеличивался в девяностые годы, корпорация имела международную стратегию почти с самого начала. Она стартовала в Канаде в 1962 году - камешек был брошен из штаб-квартиры «Amway» в Мичигане. Пуэрто-Рико был следующим; формально это часть Соединенных Штатов, но по культуре эта часть отличалась от материка.

Как подчеркивал Чарльз Пол Кон в книге «Осуществимая мечта»,

эти выходы за непосредственные пределы Америки не рассматривались как большие прыжки через препятствия в неизвестное, а были естественным продолжением существующей системы «Amway»:

В конце концов пришло время, когда молодая компания, подобная «Amway», выбрала бы целевую страну, страну, не граничащую с Соединенными Штатами и отправилась специально открывать ее как рынок для «Amway».

Целью стала Австралия, а год, когда это случилось, был 1970.

Четверть века спустя Австралия становится домом для процветания бизнеса «Amway», и для весьма преуспевающих дистрибьюторов, таких как тройные «бриллианты» Мич и Дейдра Сала, чей бизнес не только охватил Австралию и Индонезию, но дотянулся до Португалии, Венгрии, Польши, Южной Америки, Турции и Китая.

Вначале Мич ратовал в бизнесе за дополнительный доход; Дейдра пыталась держать бизнес на расстоянии «вытянутой руки». Но шаг за шагом они становились все более полны энтузиазма и шаг за шагом поднимались выше по лестнице достижений. «От уровня “Бриллианта” наше будущее было обеспечено, - говорит Мич, добавляя, что оба они, он и Дейдра, были в состоянии оставить свои другие работы. - Когда вы убираете из вашей жизни такие факторы давления на личность, как финансовый прессинг и работу, мало остается такого, что вас тревожило бы», Дейдра добавляет: «Чудесно быть свободным от чего-либо, кроме расписания. Свобода быть полноценными родителями для своих трех детей -это превосходно. У всех нас очень много материальных стимулов деятельности, но самое лучшее - это свобода».

За открытием Австралии в 1971 году быстро последовало открытие Англии в 1972 году, Гонконга в 1973 и Западной Германии в 1975 году. Ясно, что на раннем этапе своего развития «Amway» чувствовал себя лучше всего («как дома») в странах с большим количеством англо-говорящего населения или с устойчивой экономикой и западным стилем бизнеса и правовой культурой.

Охват бизнесом «Amway» новых регионов методично увеличивался. В восьмидесятые годы компания добавила к своему списку 10 новых стран, такое же количество стран было вовлечено в бизнес «Amway» за первые несколько лет в девяностые годы.

ОТКРЫТИЕ РАННЕ ЗАКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ

Исторические события, вообще говоря, благоприятствовали «Amway»:

- Падение коммунизма в Восточной Европе и распад Советского Союза и его империи.
- Дискредитация централизованной плановой экономики,

предприятий государственной собственности и включение рычагов приватизации и других принципов свободного рынка.

- Рост демократии, в частности в Латинской Америке.
- Распространение новых технологий связи, средств массовой информации и предоставление людям возможности путешествовать по всему миру, что повлекло рост дружественного отношения к Америке и к «Amway» среднего класса во всех странах и взрыв покупательского спроса.

Но вместе с этими благоприятными изменениями возникло большое количество проблем, связанных с переменами и искажениями. Внезапный взрыв свободы - каким бы он ни был оживляющим - разрушил правовые и политические институты, разорвал на кусочки одеяло безопасности в виде государственного обеспечения благополучия человека со дня его рождения до смерти и в некоторых случаях разделил страны на части. Десятилетия железного правления авторитарных правителей и режимов оставили после себя недавно освободившиеся страны с плохо развитой правовой структурой, системой образования и экономических институтов. На местах вакуум заполнила коррупция, выращивая могущественные группировки и организованные преступные синдикаты.

Поиск порядка и безопасности привел многих к сдержанной ностальгии по прошлому: сорок процентов избирателей в июле 1996 года на президентских выборах в России проголосовали за кандидата-коммуниста. С политической точки зрения это было также жестоким уроком для многих героев, которые стремились к победе над холодной войной и привели к перестройке народы своих стран. Попытку возврата Михаила Горбачева на президентское место в новой России, которую он помогал создавать, встретили осмеянием. Маргарет Тэтчер, Брайан Малруни, Джордж Буш, а недавно и Лех Валенса, были изгнаны из своих кабинетов.

Беспокойные уголки на земле и террористические государства делают мир опасным. Коммунисты бряцают оружием в Северной Корее, на Кубе, в Китае и Вьетнаме, последние две страны пытаются балансировать на натянутой проволоке, уравнивая однопартийную политическую диктатуру с экономикой свободного рынка.

В Австралии, Испании и Швеции выбраны более консервативные правительства. Даже Соединенное Королевство могло бы повернуть стрелки часов назад, к лейбористскому правительству. В Соединенных Штатах мы избрали революционный конгресс для решительного сокращения размеров и сферы деятельности правительства, потом мы были возмущены тем, что они делали то, что они сказали, должны были делать то, что просили их мы! Какой вывод из этого следует? Просто то, что будет не бесспорно для наиболее важного мирового

события в нашей жизни - коллапс коммунизма и возрождение капитализма - это никакая не сказка. Революции никогда не бывают до конца продуманными и приводящими к порядку.

Среди этого хаоса «Amway» прорвался на сцену, помогая людям осмыслить все это. Те же самые условия, которые для многих представлялись как нарушающие общественный порядок, для «Amway» были условиями, в которых он процветает: необузданное свободно управляемое предпринимательство, где отдельные люди и семьи создают свой собственный бизнес, малые кружки соединяются с другими малыми кружками.

Всякий, кого соблазняет путь возврата к порядку и безопасности, обеспечиваемый правительствами «Большого Брата» (из романа Дж. Оруэлла «1984»), должен поговорить с Джеймсом и Илдико Вадьи.

Джеймс бежал из тогдашней коммунистической Венгрии, когда ему был 21 год, и перебрался в Австралию. Он прибыл туда без копейки денег, не говорил по-английски; у него были очень слабые возможности экономического успеха. Борьба за экономическую независимость даже в новой для него и свободной стране показала Джеймсу, «что свобода не приходит автоматически, даже если живешь в свободной стране. Работать на босса не было моим пониманием свободы, ради которой я бросил свой дом».

Так что, когда познакомился с «Amway», он стал упорно трудиться, чтобы построить этот бизнес в Австралии; затем, когда представилась возможность, он вернулся в свободную Венгрию, чтобы заниматься своей мечтой и помогать восстанавливать свое отечество. Одной из тех, кого Джеймс встретил с помощью бизнеса «Amway», была его будущая жена, Илдико. Вместе они строили громадный бизнес в Венгрии и Польше. Собрание членов Network-21, организуемое ежегодно в Будапеште, обычно собирает свыше 25000 человек.

За несколько лет до того, как Джеймс проделал свой путь из Венгрии в Австралию, он на миг увидел надежду и потенциал свободы. В возрасте 13 лет посетил дядю в Канаде и был изумлен контрастом между этой страной и застывшим, мрачным существованием восточно-европейского коммунизма. Вернувшемуся в Венгрию Джеймсу учитель предложил, чтобы тот рассказывал остальным в классе только «плохие вещи», которые он видел на Западе. У Джеймса была другая идея. Вместо этого он рассказывал правду и был вышвырнут из школы!

Сегодня учитель, который выгнал Джеймса Вадьи из школы за правду, — один из дистрибьюторов «Amway», живущий мечтой о свободе и свободном предпринимательстве. «И мы радушно приняли этого человека», - уверяет Джеймс.

ЕВРОПА И ОБЕ АМЕРИКИ

Много лет прошло с того времени, когда в Европе праздновали

кончину коммунизма. По словам журнала «Fortune» («Форчун»), «в Восточной Европе наступает нервная рассудительность». Ничего удивительного. В течение двух лет после падения железного занавеса, безработица в регионе достигла наивысшего уровня со времен Второй мировой войны. За один 1991 год экономика региона сократилась на 7,3 процента.

«Однако на сцену выходит конечно медленно, новое поколение посткоммунистических предпринимателей, - замечает более оптимистично «Fortune», - появляются первые ощутимые признаки жизни после коммунизма — и создаются новые возможности для западных менеджеров зацепиться в регионе».

«Amway» не только видит эти тенденции - он их подталкивает. Он открыл филиал в Венгрии в 1991 году, давая возможность таким изгнанникам, как Джеймс Вадьи, вернуться домой. За ним последовало открытие филиалов в Польше в 1992 году, в Чешской республике и Республике Словакия в 1994 году.

Георг и Дорота Вавржонек - уроженцы Польши, которые в настоящее время живут в Нью-Йорке. Они построили успешный бизнес в «Amway» на уровне «изумруда» и теперь уделяют много времени и энергии проведению семинаров по бизнесу в Польше. «Amway» это идеальная возможность удержаться на плаву для людей в странах, которые сейчас вступили на путь капитализма», — замечает Георг.

После падения Берлинской стены, но до объединения Германии официальные представители «Amway» отметили рвение, с которым жители Восточной Германии устремились на Запад закупать продукты и привозить их с собой, чтобы продавать. Интересно, что опыт доставки основных предметов потребления и роскоши по каналам черного рынка определили для покупателей восточного блока способ приобретения товаров (способ прямых продаж - от соседа к соседу). Покупателям не надо было учиться находить альтернативные и нетрадиционные источники поступления продуктов.

«Посланники короны» Петер и Ева Мюллер-Мееркац из Германии не упустили такую возможность для дальнейшего строительства их уже налаженного успешного бизнеса.

Тройные «бриллианты» Ганс и Ева Нухольд из Австрии также на переднем фронте громадного расширения «Amway» по всей Восточной Европе. Оба были инструкторами по лыжному спорту и работали в Австралии; услышав о бизнесе «Amway», они решительно вернулись в Австрию с багажом накопленных знаний. Сегодня собрания Network-21 в Восточной Европе, которые собирают тысячи дистрибьюторов нижнего уровня, не являются чем-то необычным.

Несмотря на свой громадный успех, в мыслях Нухольды постоянно возвращаются к семье, «Бизнес помог нам стать более заботливыми и дальновидными родителями, - говорит Ева. - Мы хотим

построить основательный бизнес для наших двух дочерей».

* * *

И благоприятные, и неблагоприятные условия в странах Латинской Америки делают этот регион также многообещающей территорией, привлекательной для «Amway». Многие крупные производящие и обслуживающие фирмы США избегали стран этого региона. Годы сдерживания покупательского спроса, растущие жизненные стандарты (уровень жизни) и массовые связи разбудили аппетит у многих людей в обеих Америках - они хотят потреблять продукты «Amway», и строить свой бизнес в рамках «Amway».

Бразилия - тот самый случай. За три дня грандиозного открытия бразильского «Amway» в 1991 году в Сан-Паулу записались 10 000 оптимистически настроенных людей. К концу третьего года работы 200000 бразильцев продали на 100 миллионов долларов продуктов для диетического питания, косметических и чистящих средств, побуждая компанию планировать создание в стране распределительного центра.

Мексика, к сожалению и к несчастью, известна многим американцам как источник нестабильности и нелегальных иммигрантов. На самом деле, несмотря на политический и финансовый хаос, Мексика, проходя через это, остается верной курсу экономических реформ.

К концу восьмидесятых годов Мексика распродала или закрыла две трети своей неэффективной промышленности. Созревание торговой политики Мексики ознаменовалась ее членством в организации Генеральное Соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ). Северо-Американское соглашение по свободной торговле, несмотря на нападки оппонентов, в начале восьмидесятых дало возможность Мексике выйти из кризиса песо. Растущий средний класс с повышающейся покупательной способностью этого огромного рынка в 80 миллионов покупателей помогает объяснить, почему «Amway» так оптимистически настроен на Мексику и заботится о постоянном развитии здесь с 1990 года. Поощрение помощи великому гордому народу - части американского континента и нашим добрым друзьям и соседям не может определяться одной лишь прибылью.

Многие американцы, которые прослеживают свои корни в странах Латинской Америки, решительно вступают на путь строительства бизнеса вместе с теми, кто родом оттуда или кто остается дома, на своей родине.

Виктор Ривера родился американцем, но бедность в сельской глубинке, которую он испытал, пока рос в родном Пуэрто-Рико, представлялась жизнью мира, далекого от изобилия Соединенных Штатов. Несмотря на отсутствие систематического образования и слабое знание английского, Виктор и его жена, Иветта, освободились от пут бедности с помощью «Amway». Теперь как испанско-

говорящие, прямые дистрибьюторы - «изумруды» Риверы сосредоточили свои усилия на правильном подборе дистрибьюторов по всей Латинской Америке.

Калиндо Мартинес вырос в небольшом городке Доминиканской Республики, он был одним из 15 детей в семье, жившей в маленьком доме без электричества и водопровода. Болезненный ребенок, Калиндо развивал в себе здоровую внутреннюю силу с ранних лет. Он решил вытащить себя из бедности, чтобы суметь воплотить свою мечту и взять на себя заботу о своей семье.

В возрасте 18 лет он перебрался в столицу Санто-Доминго, и закончил там колледж. Там же он познакомился с Кармен. Кармен знала бедность даже худшую, чем та, которую испытал Калиндо и его семья. Она работала с семи лет. Когда друг представил ей План «Amway» на бумажной салфетке, ее сердце забилося от возбуждения. Это была широкая дорога к ее мечте!

Калиндо и Кармен поженились и построили свой бизнес в «Amway» в Доминиканской Республике так, что заставили друзей удивляться своему успеху. Они даже купили автомобиль. Когда условия в стране ухудшились и представилась возможность эмигрировать в Нью-Йорк, чета Мартинес решила уехать и строить бизнес там.

Их мечта откладывалась: они не говорили по-английски, и им необходимо было создать условия для жизни. Калиндо получил работу продавца булочной. В конце концов, он и Кармен приобрели два бакалейных магазина и оптовый магазин сладостей, но их мысли всегда возвращались к «Amway».

«Я приехал в Нью-Йорк из-за этой мечты и никогда на самом деле не отказывался от нее, - говорит Калиндо. - Некоторое время вся энергия уходила на то, чтобы выжить. К 1990 году мы знали, что должны «пересесть на другой поезд». Напряжение и работа без остановки обессиливала нас обоих. Мы вернулись к нашему бизнесу в «Amway».

Как только они это сделали, наступило время взлета! Говорившие лишь по-испански, они достигли уровня «бриллиантов», и мечты их стали исполняться одна за другой. В дополнение к своему дому в Нью-Йорке, они стали владельцами дома с плавательным бассейном в Санта-Доминго. Они также построили прекрасный дом для родителей Калиндо, которых они навещают каждый месяц.

Теперь «Amway» можно считать международным бизнесом, который невидимыми нитями соединяет страны, культуры, образования, языки; но при своем захватывающем глобальном распространении он еще и бизнес, который сводит вместе семьи.

О, КАНАДА!

Между тем, «Amway» (Канада) - это настолько близкий член семьи, что всеми он практически рассматривается, скорее, как часть

громадного североамериканского внутреннего рынка, чем рынок зарубежный. Созданный в 1962 году как естественное продолжение компании, имеющей корни в регионе Великих Озер, «Amway» (Канада) становится домом для некоторых легендарных дистрибьюторов, таких как Джим и Шарон Янц из Британской Колумбии.

Джим и Шарон начали свой бизнес в «Amway» 32 года назад в своем подвальном помещении, когда Джим был низкооплачиваемым молодым учителем в средней школе. Они достигли уровня «посланников короны» и были названы корпорацией «Amway» лучшими преуспевающими дистрибьюторами среди североамериканских дистрибьюторов. «Этот бизнес прямо безупречен для девяностых годов, - говорят Джим и Шарон Янц. — Люди знают, что они должны создавать свою собственную безопасность».

Другой доклад с плодородных полей Канады исходит и сделан на «встрече» дистрибьюторов, прошедшей недавно в рамках Интернета:

«Я только что вернулся с торжественного собрания в Кливленде. Организация Скотта и М. Дж. Майклз в районе Великих Озер в Канаде и Соединенных Штатов растет очень быстро. Пара из Мичигана подошла к «жемчугу» за 60 дней с начала бизнеса. Они кредитовали 60 человек за первый месяц и уже имеют 20 ответвлений в глубину. Вот это да!»

Тридцать лет назад Хелен Хюбнер и ее муж, Берт, из Виннипега начали свой бизнес в «Amway», когда стало очевидно, что их зарплаты учителей недостаточно, чтобы содержать четверых детей. Хелен и Берт строили свой бизнес таким же образом, как они жили - как команда.

Пятнадцать лет назад Берт ушел из семьи. После этого Хелен с неистощимой энергией бросилась в бизнес, воспитывая наследников, как она и ее муж начали много лет назад. В качестве двойного «бриллианта» Хелен решительно кредитует молодых людей для создания бизнеса, точно так же, как она это проделала со своими детьми.

Огорчения, сопровождавшие рост

Несмотря на меньший, с точки зрения инвестора, риск расширения «Amway» в Канаду, более тридцати лет назад не обошлось без проблем и конфликтов. В 1983 году компания заплатила штраф в 25 миллионов канадских долларов после того, как канадские власти заявили, что компания не уплатила таможенные сборы за двадцать лет.

Печальный в тот момент, этот эпизод послужил основателям компании ценным уроком, который пригодился, когда «Amway» расширял свою зарубежную деятельность. В откровенном признании газете «Detroit Free Press» («Детройт Фри Пресс») несколько лет назад

соучредитель Рич Де Вос сказал: «Мы были простодушной компанией, которая начинала с малого количества людей, и, прежде чем мы узнали об этом, у нас был уже 100-миллионный бизнес, в котором отсутствовали подписанные бумаги восемнадцатилетней давности, сделавшие жалкой нашу жизнь в течение нескольких лет».

В настоящее время компания тесно работает с правительствами тех новых стран, в которых расширяет свою работу.

ВЕК АЗИИ

В конце восьмидесятых годов я некоторое время был главным консультантом в правительстве Калифорнии, отвечающим за составление планов сбыта товаров Золотого штата, называемого так за инвестиционные возможности и за образ жизни для быстроразвивающегося региона мира, известного как Тихоокеанская прибрежная зона. В мои обязанности входила организация калифорнийских торговых контор в Японии и Гонконге и создание сети деловых связей в странах от Кореи до Австралии, от Филиппин До Вьетнама.

Я получил много важных уроков по вопросам, касающимся азиатских рынков, среди них:

- Поистине невозможно преувеличить динамизм и потенциал роста азиатских рынков.

- Большинство американцев остаются близорукими в своем видении культур и экономик в Тихоокеанском регионе. В частности, на восточном побережье взор остается жестко фиксированным на Европе, где потомки европейского делового сообщества чувствуют себя больше дома.

- Нет единого «Азиатского рынка» - их множество. Хотя у них много общего: бизнес проводится на основе личных, семейных и родственных отношений.

- Несмотря на какофонию жалоб по поводу торговых барьеров, именно отсутствие понимания и терпения, а не торговые барьеры ведут к ошибкам в экспорте США в этом регионе.

В дополнение к этому книга Джона Нэйсбита «Мегатенденции Азии» описывает обширный Тихоокеанский регион следующими фактами:

- С конца второй мировой войны количество живущих в бедности в Азии сократилось с 400 миллионов до 180 миллионов, даже притом, что население увеличилось на те же 400 миллионов.

- Средний класс в Азии, за исключением Японии, составит к началу следующего столетия от 800 миллионов до 1 миллиарда человек, с суммарной покупательной способностью от 8 до 10 триллионов долларов.

- Согласно текущим данным, более 30 миллионов материковых китайцев имеют доход от 10 000 долларов до 40 000 долларов в год. В Южной Корее 60 процентов тех, кто характеризует себя как средний

класс, зарабатывают в год свыше 60 000 долларов в год. Миллион семей в большом Бангкоке, Таиланд, зарабатывают свыше 10 000 долларов ежегодно. Многие азиаты ещё бедны, но миллионы — это покупатели с покупательной способностью американцев и мечтами об американском образе жизни.

- Норма сбережений в большинстве азиатских стран составляет 30 процентов или более, что делает регион по уровню капитала готовым для расходов и инвестиций.

Нэйсбит пишет:

Азиатский континент в настоящее время насчитывает более половины населения земного шара. Через пять лет и даже меньше более половины сможет купить для домашних хозяйств набор потребительских товаров - холодильников, телевизоров, стиральных машин, компьютеров, косметики и т. п. И полмиллиарда людей захотят быть теми, кого на Западе воспринимают как средний класс. Этот рынок по размерам ориентировочно равен рынку Соединенных Штатов и Европы, вместе взятых.

Размер рынка - это только половина уравнения, которое мы должны рассматривать, когда оцениваем потенциал роста «Amway» или другого бизнеса прямых продаж. Среди азиатских «мегатенденций», очерченных Нэйсбитом:

- Тенденция к переходу от национальных государств к сетям.
- Тенденция к переходу от экономики, основанной на экспорте, к экономике, движимой покупателем.
- Переход от преобладания мужчин к выходу на сцену женщин.

Как и любой другой фактор, эти три тенденции объясняют, почему «Amway» в Азии имеет такой феноменальный успех и почему он будет продолжать оставаться «золотым кольцом» и снабжать золотые копи возможностей для дистрибьюторов «Amway» по всему миру. Давайте более детально рассмотрим эти три фактора.

От национальных государств к сетям

Джон Нэйсбит далее замечает:

Если вы подсчитаете экономическую активность всех заокеанских китайцев, как страны самой по себе, ее превзойдут только Соединенные Штаты и Япония.

Заокеанские китайцы - это сеть сетей. Это новая парадигма, новый фундамент в структуре мировой экономики.

Сеть сетей - то же самое может быть сказано об «Amway». В то время как большинство дистрибьюторов «Amway» имеют глубокие корни и долгосрочные соглашения в своих общинах и стране, большинство преуспевающих видов бизнеса «Amway» на географические границы обращают очень мало внимания. «Посланник

короны» Декстер Егер, например, делает бизнес почти во всех странах, что и сама корпорация «Amway»!

Концептуально заокеанская китайская сеть, о которой упоминает Нэйсбит, действует подобным образом. Если речь идет о деловых контактах и сделках, в этом случае семья, родственные и этнические соображения не принимают во внимание страну проживания.

И китайская сеть, и «Amway» это интересный срез глобальной экономики, которая будет действовать в будущем, чему в большой степени содействуют разработки в коммуникационной технологии, доступность путешествий за рубеж.

От предприятий, связанных с экспортом, к предприятиям, зависящим от запросов покупателя.

Хорошие сети бессмысленны, если люди в них не имеют денег, чтобы их тратить. Не так обстоит дело в Азии. Недавний репортаж на первой странице «Wall Street Journal» («Уолл-Стрит Джорнэл») от 3 июля 1996 года под заголовком «Усилия основных экспортных компаний США по продаже товаров покупателям за границей», подводит радостный итог. Многие больше не рассматривают появление независимых стран только как источник дешевой рабочей силы».

Хроника историй успешного проникновения компаний США на растущие, покупательские рынки содержат примеры таких связей, как кредитные карточки Ситибанка в Таиланде и готовые завтраки «Фрито-Лэй» в Китае. В прошлом году «Фрито-Лэй» продал 100 миллионов пакетов Читос в одной китайской провинции!

Многие фирмы используют прямые продажи как доступ на рынок. Американская международная группа в одном только Шанхае записала 5000 человек, чтобы продавать страховки «от двери к двери». Ситибанк в Таиланде платит каждому продавцу, имеющему его кредитную карточку, в зависимости от количества привлеченных им заявителей.

Это новое уравнение. Несмотря на то, что в прошлом компании США смотрели на развивающиеся страны в Азии и в других частях мира как на места для производственного оборудования и как на источники природных ресурсов, сегодня они смотрят на местное население, как на покупателей самих продуктов, особенно когда замедляется прирост населения США и рост доходов.

Многие из нас на Западе, особенно те, кто относительно просто достиг высокого уровня материального богатства, торопятся высмеять движение в защиту интересов покупателя, быстро распространяющееся в Азии. Но мы должны помнить, что на всем историческом пути и весь двадцатый век обеспечение в этих обществах каждого полной чашкой риса было ежедневной проблемой, даже борьбой не на жизнь, а на смерть; следовательно, наличие средств

для приобретения домашних приборов, приличной одежды, автомобилей, билетов в кино или для обеда в ресторане символизирует нечто важное и глубокое для многих азиатов.

«Изумруд» Тони Суприянто из Индонезии - небольшая, но вызывающая чувство гордости часть новой азиатской покупательной способности. Для Тони возможность поехать в Соединенные Штаты и подобрать себе костюм на модной и дорогой Родео Драйв в Беверли Хиллс было вехой в жизни, о чем он с энтузиазмом рассказывал, выступая перед дистрибьюторами «Amway» в Калифорнии.

Выросший в небольшом индонезийском городке, «я стал гангстером в школе», - признается Тони. У него была совершенно жесткая манера разговора и развязность хулигана. «У меня было 25 долларов в месяц на карманные расходы. И конечно, у меня не было будущего».

Став дистрибьютором «Amway», Тони смог взять ответственность за свою собственную жизнь и за жизнь других. «Мои родители были удивлены и горды, - говорит он, - и многие нижестоящие уровни, которые не слушали своих родителей, теперь слушаются меня. Я действую как заместитель родителя и изменяю их жизнь к лучшему».

Новое поколение азиатов, ухватившихся за неслыханную до этого возможность освободиться самим и освободить свои семьи от прошлой угнетающей бедности, мечтает о Родео Драйв, но они также мечтают помогать другим, поднять страну и сделать своих родителей гордыми и довольными.

* * *

В ходе подготовки книги о возможности бизнеса во Вьетнаме я сам видел активность нового азиатского среднего класса. Темпы изменения в экономике и рост покупательского спроса - даже манера, в которой консюмеризм и коммерциализм захватили городское население Вьетнама, - потрясает.

В начале девяностых, как только Вьетнам трансформировался из застойной централизованной плановой экономики в экономику, основанную на рыночных стимулах, я остановился в главном отеле в сердце Сайгона, ныне названном Хошимин. К этому времени администраторы гостиницы вписывали от руки имена гостей в регистрационную книгу. Счета рассчитывались на счётах. В комнате был телефон без цифрового диска или клавиатуры; он просто соединял вас с регистратурой и с двумя внешними линиями, принадлежащими отелю. Мыло, туалетная бумага от «Товарной компании № 3» и бутылка кипяченой воды были единственными предметами для создания приятного отдыха.

Поездка от аэропорта до отеля совершалась на стареньком «Пежо» после энергичного торга (в долларах) с шофером. Наш автомобиль был единственным на дороге, которую пешком было не

осилить.

Через год я вернулся, заглянув в тот же самый отель после того, как меня доставили из аэропорта в совершенно новой, оборудованной кондиционером со счетчиком (считающим плату за проезд еще в долларах). Улицы были запружены новенькими мотоциклами «Хонда»: Регистраторы отеля занесли меня в компьютер и подсчитали мой счет на калькуляторе. Моя комната была оборудована кнопочным телефоном с международными кодами. В мини-баре к моим услугам были широкий выбор напитков, кипяченая вода и закуски; аксессуары включали торговые марки мыла, шампуней, лосьонов и зубную щетку.

Я также имел возможность посетить большое количество типичных вьетнамских домов. В течение нескольких лет я наблюдал один, хотя и примитивный по западным стандартам типичный дом Среднего класса, в котором имелись стиральная машина с сушильной камерой, телевизор и видеомагнитофон, мобильный радиотелефон и полный комплект изделий личной гигиены и по уходу за домом, включающие известные марки американской косметики, чистящих средств, лосьонов и шампуней.

Так как Вьетнам все в большей степени открывал свои двери миру, я также видел заморских вьетнамцев, возвращающихся на родину с набитыми чемоданами и сумками потребительских товаров, особенно пользующихся спросом у членов их семьи, лишенных возможности потреблять эти товары. Отмечая, какие товары имели и сейчас имеют наибольший спрос, можно считать это хорошим барометром текущего внутреннего спроса. Местные вьетнамцы спрашивали косметику; высококачественные изделия личного пользования - такие как кремы для кожи, витамины и детские вещи; конфеты и закуски; кухонную утварь; товары с «именем», указывающие на состоятельность. Плюс товары с надписью «Сделано в США».

Вьетнам с сильным влиянием на него Китая отражает то, что происходит в Азии. Появятся ли среди новых легионов покупателей, относящихся к среднему классу, хорошие дистрибьюторы? Позвольте мне ответить на этот вопрос одной историей.

Семья, с которой я подружился в городе Хошимине, жила на отдаленной улочке в многоквартирном доме, сдаваемом в аренду; но когда семья улучшила свое экономическое положение, настало время подыскать новое жилье «в центре города». Вы можете предположить, что они хотели найти спокойное место в пригороде вдали от разбитой дороги, вблизи парка для детей или, может быть, квартиру в особняке рядом с площадкой для игры в гольф для взрослых? Ни в коем случае! «Мы хотим жилье на деловой улице, с парадной дверью, выходящей на тротуар», - сказал мне мой друг.

«Почему, ради Бога скажи, вы хотите это? - спросил я. - Там же слишком шумно. Это слишком беспокоит. Там слишком грязно!»

«Таким образом, мы можем продавать вещи», - ответил он.

При смене века азиатский средний класс станет наиболее значительной покупательской силой в мире - и большинство из них видят в продаже добродетель, а не то, что следует презирать.

От мужского преобладания к выходу на арену бизнеса женщин

«Предпринимательство в Азии расцветает среди женщин», - пишет Джон Нэйсбит. В доказательство он приводит такие факты:

- Одно из пяти рабочих мест, связанных с управлением, занято женщинами.

- Число женщин-менеджеров в Сингапуре утроилось за последние десять лет.

- Пять из каждых шести новых коммерческих предприятий в Японии созданы женщинами.

- В Китае, начиная с 1978 года, женщины начали 25 процентов всего бизнеса.

Бизнес «Amway» всегда был дружелюбно настроен к женщинам, но не азиатский бизнес. Теперь он быстро меняет свое отношение. Акцент «Amway» на продукцию для личного и семейного потребления, объединенный со взрывом предпринимательства и новой деятельности среди женщин, является идеальным тесным единением и долговременным символом.

Для Хитоми Йокомури возможности «Amway» не смогли возникнуть в хорошее время. Когда эта молодая японка приехала в Калифорнию для изучения фотографии, она была уверена, что все ее друзья дома захотят услышать о прекрасном побережье, о голливудских звездах, о Диснейленде. Что было любопытно, так это то, что они также просили ее разузнать об «Amway»!

Это было счастьем, что они просили об этом, и Хитоми начала бизнес после несчастного случая, в результате которого она повредила свои глаза и была вынуждена отказаться от мечты о карьере в фотографии. «Amway» предложил ей способ уйти от шока и разочарования. Сегодня Хитоми уже на уровне «изумруда» и настоятельно советует заняться этим бизнесом американцам азиатского происхождения.

АЗИАТСКАЯ СТРАТЕГИЯ «AMWAY»

С первых дней тяжелого труда и мечты в подвалах домов семей Ван Анделов и Де Восов «Amway» был бизнесом, принадлежащим семье и управляемым семьей. Проблема представления набора продукции «Amway» и возможностей бизнеса наполненной миллиардами потенциальных потребителей Азии побудило компанию отдать по меньшей мере часть своей империи на первое время в общественную собственность. Делая так, «Amway» не только увеличил наличные деньги для расширения компании в Китае, но

помог установить рыночные ценности для применения к бизнесу методов «Amway».

Поскольку компания зависит от независимых дистрибьюторов, которые торгуют ее продуктами, долгое время стоял вопрос - какая компания по прямым продажам, подобная «Amway», действительно стоила внимания? Как вы установите точные цены в компании, которая при их определении главным образом руководствуется связями? Мы говорим о реальных деньгах или о деньгах «монополии»?

Отдача небольшой части «Amway» в общественную собственность должна была успокоить эти вопрошающие голоса.

Компания создала два новых самостоятельных хозяйственных предприятия - «Amway Япония Лтд» и «Amway Азиатско-Тихоокеанский Лтд ААТ» - и учредила их как разные компании с акциями, открыто продаваемыми на Нью-Йоркской фондовой бирже. Установленная рыночная стоимость организаций оценивалась в 5,1 миллиарда долларов для японского «Amway» и 1,6 миллиарда долларов для Азиатско-Тихоокеанского.

В теперешнем бизнесе «Amway (Япония)» в течение 15 лет демонстрирует устойчивый рост. Так, на инвесторов произвело впечатление, но вовсе не удивило, когда в 1994 году предприятие «Amway (Япония)» успешно завершило масштабное предложение вторичных акций, сократив сразу же до уровня ниже 85 процентов акции, принадлежащие или контролируемые основателями и их семьями. Инвесторы в Японии и в Соединенных Штатах с одинаковым энтузиазмом отреагировали на быстрорастущую и почти не имеющую долгов фирму, основанную на базе Токио - составляющую только десятую часть японской компании, - внесенную в список Нью-Йоркской фондовой биржи.

Но было и открытое предложение паев предприятием «Amway (ААТ) Лимитед», на базе Гонгконга, с его планами вхождения на китайский рынок, что взбудоражило финансовый рынок в 1993 году.

«Азиатское предприятие «Amway» это попадание в “яблочко”», когда инвесторы в первый день торговой сессии подняли цены акций на 59 процентов», — читаем мы заголовок в «Washington Post» («Вашингтон пост») от 16 декабря 1993 года. В результате продажи примерно 4 миллионов из 55 миллионов доступных акций корпорация «Amway» получила 142 миллиона долларов.

Amway в Японии: разрушение барьеров

На первый взгляд история предприятия «Amway (Япония)» представляется типичной для «Amway» - она имеет успех, о котором писали повсюду. Опубликованные финансовые отчеты по компании рисуют картину финансового здоровья:

- Что касается конца финансового 1995 года (31 августа 1995 года), у компании к этому моменту было 980 000 дистрибьюторов

составкой 72 процента по пролонгируемым суммам.

- Валовая прибыль за год увеличилась на 14,5 процентов по сравнению с предыдущим годом.

- Из 130 продуктов, предлагаемых в Японии, мировая коллекция украшений и аксессуаров компании «Amway», включая и 56 вновь представленных изделий, были самыми продаваемыми.

- Саморегулирующий крем для кожи, предназначенный для художественного макияжа, другие средства по уходу за кожей и Тройная пищевая X-добавка также оживленно продавалась.

- Стоимость земли в Японии много больше, чем ее вес, выраженный в золоте, дальнейшим показателем крепкого здоровья компании была покупка ею в прошлом году двух участков в самом Токио для новой штаб-квартиры и центра распространения.

Успех метода «Amway» - в его предусмотрительности, неизменности, методичности. Но это было не простым делом, особенно когда имеешь дело лицом к лицу со сложной, запутанной системой японского распространения.

Годами специалисты пытались примирить факт, что пока японские открытые торговые барьеры - тарифы и квоты - будут, согласно мировым стандартам, низкими, торговый дефицит упрямо будет оставаться высоким. В моей работе по развитию торговли в интересах Калифорнии жалобой номер один, которую я слышал от расстроенных экспортеров и маркетологов, было то, что жесткая японская система распространения просто вытесняет их.

Они могли доставлять свои товары до побережья Японии, но не в магазины Японии.

Вводимые в действие японские компании и провайдеры, обеспечивающие услуги, встречались с подобными препятствиями. Для японских покупателей результатом были искусственно завышенные цены — самые высокие в мире.

Эмили Тортон из «Fortune» («Форчун») заметила следующее:

Даже когда экономика испытывает бум, у Японии есть одна яркая проблема - система распространения такая же, как лабиринт во дворце сегуна. Все, что приобретает покупатель, сделанное в Японии или импортированное, должно направляться через бухгалтерские книги, по меньшей мере, полудюжины посредников. Некоторые из них никогда не принимали у себя никакой продукции, но все извлекали плату за услуги, создавая самую большую в мире, непомерную цену. Пузырек с 96 таблетками аспирина стоит 20 долларов, но вовсе не из-за сильной цены.*

* Сегун - правитель во времена военного феодализма в Японии. - Прим. пер.

Ричард Джонсон, президент предприятия «Amway (Япония)» объясняет проблему такого прохождения товаров в недавнем интервью журналу «Institutional Investor» («Институьюшенел Инвестор»):

Не так много значит, что правительство или общество говорят, будто иностранные товары не могут быть распространены. Скорее речь идет о том, что главные производители создали очень дисциплинированный канал распространения и не разрешают войти в него никаким посторонним фирмам, будь то иностранные или свои, внутренние.

Джонсон приводит пример производства пива как иллюстрацию такой «дисциплины», о которой он рассказывает:

До совсем недавнего времени на внутреннем оптовом рынке в основном доминировала компания «Кирин Брюери». Было очень трудно представить новый продукт, несмотря на всю рекламу, которую фирма давала, потому что тогда бары могли заказывать только то, чем их снабжали оптовики. А оптовики могли сказать: «Если вы хотите ящик “Саппоро” или “Сантори”, вы должны взять 10 ящиков “Кирин”».

Уже воспринимается как данность, что «Amway» основан на понятии прохождения нормальной цепочки распространения, где бы он ни действовал. Предприятие «Amway (Япония)» предприняло прямую фронтальную атаку на развитие бизнеса. «Наш старт был очень трудным, - вспоминает Джонсон. - В первые пять лет мы имели очень небольшой бизнес».

Сегодня бизнес «Amway» в Японии не только расцветает, он породил целый ряд подражателей, которые все вместе революционизировали вкусы и привычки японских покупателей. Другие американские производители продуктов, смущенные в течение десятилетий торговыми и распределительными барьерами, теперь повернулись к «Amway», надеясь включить свою продукцию в список предложений компании для дистрибьюторов и покупателей.

Что объясняет способность «Amway» преодолевать препятствия, которые остановили так много других фирм? В дополнение к общей привлекательности своего бизнеса компания «Amway» имела три фактора, работающих в ее пользу:

1. Японские покупатели;
2. Японские мечты;
3. Японские женщины.

Новые возможности в Японии

Если вы думаете, что Америка большую часть девяностых годов находилась в депрессии, посмотрите на Японию. Глубокий спад, обусловленный в значительной степени падением цен на землю, потряс японцев, оторвавшихся от тщательно сотканной социальной ткани, и погрузил страну в кризис национальной самобытности. Легко увидеть

почему, если рассматривать значительные проблемы, которые стоят перед обществом: спад, старение населения, неспособность политической системы быстро и эффективно отвечать на запросы жизни и плохо определенная роль в мире.

Хотя вычеркивать японцев как потерявшую прежние качества мировую державу, как, кажется, это делает Нэйсбит в «Мегатенденциях Азии», необоснованно. В настоящее время экономика сильно отходит от всего произошедшего. Японцы требуют преобразований и проводят преобразования; они отказываются терпеть то, что они однажды спокойно и стоически выдержали.

Многие покупатели спрашивают: «С деньгами так туго, почему же мы должны платить самые высокие в мире цены только потому, что продукт может пройти через руки пяти или шести посредников, прежде чем дойдет до нас?»

«Всякое брожение и новая готовность японских покупателей дать американским инновациям шанс создают возможности для компаний США пересадить в японские стратегии успешного бизнеса то, что есть на родине», - заключает Эмили Джонсон в «Fortune» («Форчун»).

Однако мечты, как и скудные семейные бюджеты, также помогают объяснить, почему «Amway» пустил корни в Японии. «Многие из дистрибьюторов являются беженцами из смешно выглядящего иерархического мира японского большого бизнеса», - замечает Юмико Оно в «Wall Street Journal» («Уолл Стрит Джорнел»). «Они хотят работать на себя и быть оплачиваемыми в соответствии с эффективностью их работы, а не в соответствии с их трудовым стажем. Рост числа людей, которые так работают, означает большие изменения в обществе».

Что касается многих японцев, то девяностые годы показали, что соглашение между работодателями и наемными работниками нарушается. Как я обсуждал во второй главе, многие компании сократились в размерах. Наемные работники хотят чего-то большего, чем работать на одной работе в одной компании, нося каждый день униформу компании с 25 до 60 лет.

Это вдвойне относится ко многим японским женщинам. Японские домохозяйки долго противостояли бесконечным колебаниям экономики своей страны - контролируя деньги на содержание дома и принимая решения о покупках, даже выделяя деньги на расходы своим «зарабатывающим» мужьям - на миску лапши, ланч и на пиво и закуску после работы.

Однако, что касается общей покупательной способности, имеющейся и реализуемой японскими домохозяйками, она для многих подтверждает скучное удушающее существование. За короткий период времени японские женщины испытали некоторую свободу: высшее образование вне дома, международные поездки на Гавайи и в Калифорнию с одноклассниками, работа в уютном офисе в Токио.

Затем для большинства женщин приходит замужество. Один или оба супруга день за днем покидают дом в предрассветной темноте для полуторачасовой поездки на работу и возвращения изнуренными после наступления темноты. В то же время как изменяются условия жизни для работающих женщин - потолок в виде зеркала для этих женщин в корпоративном мире остается труднопреодолимым барьером и дурным предчувствием.

Поэтому неудивительно, что корреспондент Оно случайно встретился с молодой парой, четой Какува. Господин Какува три года назад бросил свою работу в бизнесе, связанном с машинами, чтобы присоединиться к бизнесу своей жены в «Amway». Это было неслыханным случаем в японском обществе несколько лет назад, это является исключением из правила и сейчас.

Другой токийский дистрибьютор, Юники Эбине, описал свою мотивацию присоединения к «Amway» следующим образом: «Люди начинают задавать себе вопрос: неужели они могут быть в компании только простой шестеренкой? Они хотят веселиться, они хотят что-то делать. Но у них нет ничего. Когда они присоединяются к «Amway», есть нечто, что щелкает».

Корреспондент «Forbes» («Форбс») Гэйл Айзенштодт оценивает привлекательность «Amway» в Японии таким наблюдением, «амвэйская вершина быть-себе-самоу-боссом может приниматься цинично в Соединенных Штатах, но в строго регламентированной Японии это находит склонную к этому аудиторию, особенно среди домохозяйек и разочарованных людей, работающих за зарплату».

Пока успех «Amway» в Японии является гораздо большим, чем реакция на негативное. «Amway» работает потому, что он подключается к некоторым из наиболее позитивных качеств японской культуры, таким как:

- Важность чьей-то личной сети, состоящей из семьи, друзей и коллег.
- Акцент на качество и спрос на высококачественные продукты.
- Согласие на трудную работу и выработку умения делать сбережения.
- Не теряющееся чувство гордости за то, что делает каждый и организация, к которой тот становится прикрепленным.

«Amway» - вторая после компании «Кока Кола» наиболее преуспевающая иностранная компания в Японии; она дает возможность приблизительно миллиону японцев включиться в самое лучшее из их культуры, и в то же время эффективно реагирует на ухудшающиеся условия вокруг них. «Wall Street Journal» («Уолл стрит Джорнел») суммирует политику компании четко и сжато в заголовке статьи о ее недавней истории: «"Amway" просто переводит на японский язык».

КИТАЙ И НОВЫЕ АЗИАТСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

10 апреля 1995 года. В этот день «Amway» начал, возможно, свою до настоящего времени самую амбициозную экспансию, предпринимая первые шаги по доставке продуктов «Amway» и используя возможности бизнеса «Amway» по прямым продажам для примерно четверти населения земного шара, которая проживает в Китайской Народной Республике.

Ведомая опытной рукой Евы Чен, исполнительного вице-президента предприятия «Amway (AAT)», компания методически возводила фундамент для своего проникновения в Китай, Она начала с набора товаров, представленных при торжественном открытии, состоящих из трех чистящих средств по уходу за домом и двух мощных средств для кухонной посуды. В Гуанчжоу установлено оборудование для производства средств личной гигиены и по уходу за домом стоимостью в 100 миллионов долларов. Восемь технических центров по распространению были созданы в южных провинциях Гуандона и Фуцзяня. Сильное присутствие намечается также в Шанхае.

Однако не обошлось и без некоторых препятствий и даже головной боли. Вот что рассказал Дик Де Вос изданию «Grand Rapids Business Journal» («Гран Рапиде Бизнес Джорнэл»):

В стране, находящейся в переходном периоде, с экономической моделью, которая развивается, основными вопросами для нас являются такие, как вопрос инфраструктуры. Эта страна требует колоссальных усилий для создания инфраструктуры, чтобы поддерживать американский стиль распространения, и мы вынуждены работать над структурой поддержки. Это означает ограниченное количество телефонных линий и все вопросы, связанные с инфраструктурой.

Так зачем это делать? В конце концов, предприятие «Amway (AAT)» только что прекрасно обходилось без Китая. И в то время как эксклюзивный дистрибьютор по развитию рынков Австралии, Новой Зеландии, Малайзии, Таиланда, Макао и Гонконга ААТ радовалась 17-процентному росту в 1995 финансовом году по отношению к 1994 году.

Большим доводом в пользу расширения могло быть то, что определяется китайским словом гуанси, которое означает чьи-то связи. Китайский бизнес и общество построены на гуанси, и это понятие исключительно совместимо с формулой достижения успеха «Amway» путем строительства и поддержания многофакторной сети контактов. Такие связи могут быть от общих корней происхождения, от того,

что вы родом из одной деревни, от посещения той же самой школы, от стремления быть в одной и той же компании и женитьбы на детях из одной семьи. Просто, подобно всем тем «забавным, безумным кружкам», wybranными дистрибьюторами «Amway», китайцы постоянно ищут новые способы расширить свои гуанси.

Ни физические границы, ни бесконечные политические диспуты не дадут результатов в этом отношении. На самом деле дистрибьюторы китайского происхождения, которые проживают на Тайване или в Гонконге, с энтузиазмом реагируют на перспективу записаться в дистрибьюторы в материковом Китае. Это ААТ обнаружило в виде заметного уменьшения количества новых рекрутов на рынках Тайваня и Гонконга; продажи 1996 года в регионе, исключая Таиланд и Малайзию, также отстали.

Следя за ходом своего расширения в Китае, руководство «Amway», естественно, заранее использовало корпоративную энергию и ресурсы дистрибьюторов; это еще одна иллюстрация того, что создание «Amway (Китай)» будет долгим медленным процессом, но процессом, который, в конечном счете, окупится.

«Первая вещь, которая привлекает продавца, это размеры Китая, - заметил как-то Дик Де Вос. - Однако основное, что уже давно производит на нас впечатление и побуждает нас действовать с учетом долговременной перспективы, - это понимание того, что эта большая страна развивается и изменяется очень быстро. Наш интерес состоит в том, чтобы мы заняли положение на рынке, который пригодится нам в течение долгого времени. Мы собираемся действовать очень осторожно».

Элис Кун, с другой стороны, не видит альтернативы, и она действует правильно! Как сказала Элис журналу «Far Eastern Economic Review» («Фар Истерн Экономик Ревю»), она оставила свой дом в Америке и вернулась в дом своих предков в Гуандонге, чтобы продавать товары фирмы «Amway» и кредитовать дистрибьюторов.

Вспомните нашу первую дискуссию с Джоном Нэйсбитом о мегатенденции государства-нации к сетям. Предприниматели, похожие на Элис Кун, - это живые примеры такого перехода. За 10 дней после прибытия в Китай она продала ранцы с материалами об «Amway» шестидесяти предполагаемым кандидатам. «Я так загружена этими запросами, что у меня даже нет времени позвонить моим здешним друзьям», - пожаловалась она журналу. «Через 6 месяцев я могла бы кредитовать от 500 до 600 человек...»

ПОДАРОК ДЕТАМ

Когда я руководил программой развития торговли, мои коллеги и я затратили уйму времени и сил, пытаюсь разгадать загадку - как убедить подавляющее большинство представителей и руководителей бизнеса в стране - особенно это относится к малому бизнесу -

дополнить или, по меньшей мере, выработать международные критерии оценки их деятельности. «Крупные дельцы» не нуждаются в том, чтобы их подгоняли, также никто не подгонял недавних новичков, прибывших в Калифорнию, особенно тех, кто покинул свою родину в Азии, с их гуанси и персональными относительно нетронутыми семейными ресурсами. Была еще одна причина полностью перенаправить более мелкие деловые проекты, которые ограничивались своими безопасными местным пределами.

В думах о важности дополнения международного уровня к бизнесу рассмотрим следующее: «Amway» дает людям возможность вести международный бизнес из своих кабинетов. Дистрибьюторы могут кредитовать дистрибьюторов в любой стране, где действует «Amway», согласуясь с законами этих стран и делая это разумно. Люди и их семьи могут получить возможность увидеть мир глазами своих нижестоящих дистрибьюторов. Если они будут преуспевающими, у них будет возможность объездить весь мир и увидеть его самим.

Можете ли вы придумать лучший способ подготовки ваших детей для работы в условиях глобальной экономики двадцать первого века?

В случае с управляющим «бриллиантом» Джимом Эллиотом, председателем Международной ассоциации сетей, фокусирование сильного бизнеса на возможности в Латинской Америке не только расширило горизонты его семьи, оно расширило его семью. В ходе ведения бизнеса один из сыновей Джима познакомился, влюбился и женился на молодой женщине из Аргентины. Сегодня молодая пара работает с Джимом, чтобы строить международное измерение семейного бизнеса в «Amway».

Сын «посланников короны» Андрэ и Франсуаз Бланшар, Мартин, переехал в Сан-Паулу, Бразилия, и построил в рамках «Amway» большой впечатляющий бизнес в этой стране. Закончив с этой миссией, он перебрался в Лион, Франция, чтобы строить бизнес там.

«Посланники короны» Чак и Джин Стрели ездят в другие страны каждый месяц - и затем возвращаются в свой любимый Техас. Они говорят, что международный уровень их бизнеса — это одно из его наиболее волнующих и вознаграждающих свойств. «За последние 25 лет он позволил нам путешествовать по миру всей семьей в среднем по неделе каждый месяц», — говорит Джин.

Благодаря своему бизнесу в «Amway», Мич и Дейдра Сала также осуществляют свою давнюю мечту о жизни в других странах со своими детьми по несколько месяцев вкряду».

Американские читатели, поразмышляйте вот о чем. Наблюдения, на которые ссылаются «USA Today» («США сегодня») и «Washington Post» («Вашингтон пост») обнаружили поразительную брешь в знании нашими детьми окружающего нас мира:

- Каждый седьмой не может найти Соединенные Штаты на неразмеченной географической карте.

- Один из четырех не может найти Тихий океан.
- Двадцать один процент детей не могут установить, что располагается на западе от Южной Америки (конечно, Тихий океан).
- Пятнадцать процентов думают, что Бразилия находится в Африке.

Кто знает - у взрослых кругозор, может быть, не намного шире!

Допустите, что есть способ зарабатывать деньги, строя международный бизнес, учить ваших детей тому, что такое земной шар и готовить их для всемирного рынка. Этот способ - «Amway»! Допустите, что у вас есть способ помочь собрать вместе людей, которые столетиями были разделены религиями и этническими разборками. Как можно было бы по возможности это выполнить с помощью «армии», составленной из дистрибьюторов и «оружия», состоящего из лотка, магических значков и ранцев «Amway» для начинающих?

Спросите Джо и Мэри Логан. Двадцать семь лет назад Джо проводил долгие часы в качестве инженера в космической программе «Аполлон» в Хьюстоне, штат Техас. «Я помогал послать человека на Луну, но не видел в этом большого будущего». Когда друг из фирмы «Техас Инструмент» познакомил Джо и Мэри с «Amway», они впрыгнули в него и через 16 месяцев достигли уровня «изумрудов». Имея сильный бизнес за спиной здесь, в Америке, Джо и Мэри решили переехать на родину Мэри, чтобы строить бизнес там; так они в 1973 году отбыли в Англию.

Вначале они столкнулись с большими препятствиями: обстоятельство это было вызвано тем, что некоторые недобросовестные операторы ранее создали там компаниям, занимающимся прямыми продажами, плохую репутацию. Но Джо и Мэри преодолели подобное отношение и построили преуспевающий бизнес на уровне «изумруда» и в Соединенном Королевстве. «Мы вернулись назад в Соединенные Штаты в 1977 году, как “изумруды” в обеих странах».

«Ключ к «Amway» в непрерывном доходе, который вы получаете, - утверждает Джо. - Я вошел в него, когда мне было 27, и по существу уволился со своей работы, когда мне был 31 год, и с тех пор полностью независим в финансовом отношении».

Несмотря на комфорт и безопасность, которые принес «Amway» чете Логан, магический момент выделяется в их памяти. «Некоторые из наших «бриллиантов» в Северной Ирландии организовали встречу и пригласили нас выступить, - рассказывал мне Джо. - Собрание проводилось в наиболее обстреливаемом отеле в Белфасте. И меня поразило, что в зале было 500 человек, вероятно, поделенных половина на половину - протестантов и католиков. И знаете что? В тот день, в том помещении, слушая об этом бизнесе, они не ощущали тревоги.

Этот бизнес волшебный, он собирает вместе людей совершенно различного происхождения и религий, некоторых со столетиями ненависти, стоящей за ними.

Для Мэри и меня это был один из наших волшебных моментов, и он все еще заставляет ощутить, как пробегает холодок по спине».

ГЛАВА ВОСЬМАЯ. РАБОТА КОМАНДОЙ

Мне следовало бы быть вне себя от Джима Эллиота. В конце концов, я был уже на пороге завершения первого варианта этой книги, когда встретился с ним за обедом в кафе одного отеля в Южной Калифорнии.

К концу обеда я думал, что порву многое из того, что уже написал, и начну снова.

Меня очаровало представление, что «Amway» был бизнесом, который почти полностью может считаться нравственным среди грубого индивидуализма предпринимателей, стоящим в одиночестве, самодостаточным и полностью независимым, живущим жизнью обеспеченного материализма и роскошной изолированности - то есть, «Amway», который я пытался обрисовать и который был полон решимости признать. Конечно, кое в чем это была карикатура, карикатура привлекательная, и, как все карикатуры, содержала некоторые элементы истины, но тем не менее это была карикатура.

Конечно, многие люди в «Amway» обладают вышеупомянутыми качествами в значительно большей степени. Мечта взять под контроль свою жизнь и заявленная независимость от работодателей и правительства на самом деле притягивают, как магнит. Но чего мне недоставало - так это вошедшего в поговорку выражения Пола Харвея, «на чем история успокоится». Джим Эллиот поправил меня. Он раскрыл мне глаза на важность команды в строительстве преуспевающего бизнеса «Amway». На самом деле он помог мне понять; вы в бизнесе ради себя, вы в бизнесе не у себя.

На следующее утро один из преуспевающих «бриллиантов», для которого, как для члена его команды, Джим был наставником, сказал мне: «Жизнь - это командный спорт. Таков «Amway»».

Сначала, рассматривая его роль как председателя и движущую силу стоящей за его спиной очень успешной Международной ассоциации сетей (МАС), я отчасти ожидал обнаружить в Джиме Эллиоте беженца от корпоративного мира, который в настоящее время пытается применить новый подход к предпринимательскому бизнесу - подход, предварительно экспериментально проверенный. (Это тотчас показывает, что даже яростные адвокаты капитализма, вроде меня, создают схемы по шаблону практикующих в известной мере юристов, помогая увековечить их отрицательный имидж.) После разговора с Джимом я тотчас же понял, насколько был не прав.

«Возможность помогать людям - вот что меня привлекает в

«Amway», - рассказывал мне Джим. - Я получил диплом учителя школы Рутжера по социальной работе и намеревался полностью заняться делом в «The United Way» («Юнайтед Вэй») или другой подобной организации. Я пришел к пониманию, что этот бизнес был наиболее эффективным путем помогать людям существенным образом.

Подумай об этом, - продолжал он. - Бизнес строит сильные семьи, поскольку он дает родителям эффективный путь служению людям и быть моделями хороших ролей для своих детей. Он позволяет детям в будущем заботиться о своих родителях, когда те станут старыми и оставят своим детям сохраненное наследство.

Самая важная вещь, которую делает «Amway», это то, что он дает вам шанс длительно и положительно воздействовать на жизнь людей. Вы помогаете другим достигнуть их мечты и, в свою очередь, достигаете вашей мечты. Этот бизнес работает, потому что мы делаем его командой».

Джим и его жена, Шарон, недавно отметили свое двадцатипятилетие в бизнесе «Amway», бизнесе, который они начали не потому, что хотели быть в бизнесе, а потому, что они хотели помогать людям. Ни одна социальная программа, схема социального обеспечения или благотворительность не смогла бы удерживать свечу, дающую свет, который они увидели в «Amway» для создания значительно лучшего общества.

ЗДЕСЬ НЕТ ГЕРОЕВ-ОДИНОЧЕК

Джей Куча, 43-летний «бриллиант», однажды посчитал, что ему не нужна никакая команда, которую ему предложил Эллиот. Он планировал все делать сам. «В колледже я выбрал органическую химию и собирался пойти в медицинское училище, чтобы получить профессию зубного врача, - сказал мне Джей. - Но я, представлял, что этот стиль жизни не то, что я искал. Меня привлекало предпринимательство, так что в конце семидесятых я пошел в строительный бизнес. Я женился на Яне в 1979 году. У нее была лицензия специалиста по недвижимости, а у меня лицензия конструктора, так что мы думали, что составим довольно хорошую команду».

«Минуточку, Джей. Это не в том ли 1979 году ставка процента прибыли перевалила за 20 процентов?» - спросил я.

«Да, вы вычислили ее правильно, — ответил он. — Это было ужасное время для рынка жилья, и я даже как бы потерял свою линию и искал цель».

Джей впал в состояние, приведшее к пагубному поведению, включая злоупотребление наркотиками.

«Они почти убили меня, - говорит он. - Я буквально опустился в третье время. Я действительно ударился о дно. Тогда Кларк Брум

показал мне и Яне План «Amway». За восемь месяцев План довольно сильно изменил мою жизнь. В этом бизнесе было все, что я искал».

Ну, почти все. Джей не мог сопротивляться возможности вернуться назад, в строительство. Он построил успешный бизнес по производству виниловых панелей, нанимал служащих со всего штата Калифорния. Тем не менее, с Яной он продолжал строить бизнес в «Amway». Он начал замечать, насколько меньше головной боли доставляет бизнес в «Amway» по сравнению с его строительным бизнесом, где он постоянно беспокоился о рабочих, о накладных расходах, контрактах, уставе и судебных исках.

Так, в возрасте 35 лет Джей Куча оставил строительный бизнес и никогда больше не оглядывался назад. С тех пор он только однажды вышел из этой «отставки» - построил дом мечты Яны!

Джей признает, что присоединение к системе прямых дистрибьюторов может оказаться в конфликте с понятием полной самодостаточности. «Вспомните, когда я пришел в «Amway», то работал сам на себя. Иногда мне приходило в голову, что мне понадобится чья-нибудь помощь».

Внутри нашего бизнеса мы грубые индивидуалисты. Нет никакого образца для предварительного планирования. Но этот бизнес - дело целой группы определенных людей, а не рыцаря-одиночки».

Этот бывший предприниматель - «рыцарь-одиночка» теперь с большой отчетливостью понимает, какую работу для него сделал «Amway»: «Это группа поддержки, стоящая за спиной. Вместе мы можем переместить большой объем продукта, и я могу вовлекать в наш бизнес людей, которых знаю, со всей страны».

Что тебе дает командный, точнее, бригадный подход,—так это дарить одобрение. Люди, которых я привлек в этот бизнес, говорят мне: «Хочу быть членом команды». Когда вы имеете вокруг вас ободряющих людей, вы имеете великих учителей - наставников, которыми можете восхищаться».

Джей находит в своей команде нечто вроде духа выживания, который обычно находят на поле брани или на спортивных командных чемпионатах. «Но в нашей команде, сезон соревнований никогда не кончается. Это дело всей жизни».

СИЛА ОТ ПОМОЩИ ДРУГИМ

Не случайно то, что большинство преуспевающих людей в «Amway» делают большой акцент на развитие и особенно на методы помощи людям, как это делают Джей и Яна Куча. Каждая из больших независимых организаций бизнеса «Amway» - группа Декстера Егера, Всемирная организация «Бритт», Network-21, Международная ассоциация сетей, «Международная связь», Международная организация «Строители мечты», группа Андрэ и Франсуаз Бланшар в Канаде, организация Мюллер-Мееркац в Германии и многие другие имеют свой отличительный характер и свою методологию. Но любая

из них основывается на предпосылке, что индивидуальный путь к экономическому успеху и личному развитию лучше всего завершается командой, стоящей за его или ее спиной.

«Каждый знает в бизнесе кого-нибудь, кто не делает этого», - рассказывал мне Пэт Кауфман, лидер организации «Международная связь». - «Благодаря поддержке и обучению люди учатся тому, как организовать бизнес «Amway», чтобы он работал на них. Мы пытаемся принимать людей с разным уровнем - не зависимость и не просто независимость, а взаимозависимость и работа в команде».

Один из напарников по команде Пэта, Брайан Хэйс, специализировался на программах развития менеджмента и обучения во время своей предыдущей работы в корпоративном мире, так что это те вопросы, которые он изучал и о которых размышлял долгое время.

«Некоторая стандартизация важна, поскольку большинство людей, которые в бизнесе «Amway» недавно, нуждаются в помощи, - сказал он мне. — Группа, подобная “Международной связи” может обеспечить дистрибьюторов некоторым «зонтиком» концепций и стандартов, так что они, могут более эффективно строить свой бизнес в “Amway”».

По мнению Джима Дорнана, это быстро расширяющиеся рынки за океаном, которые повысили необходимость в командном подходе к бизнесу «Amway». В 1990 году он и его жена, Нэнси, основали Network-21, метод обучения и поддержки для дистрибьюторов в Соединенных Штатах и Австралии. Ее миссия - эффективно помогать предпринимателям расширять свой сетевой маркетинговый бизнес с помощью программы обучения, собраний, материалов, контактов и юридических консультаций.

Network-21 с тех пор быстро распространилась по всему миру. Группа несет ответственность за большую часть бизнеса «Amway» в таких разных странах, как Китай, Индонезия и Турция, но она охотно готовила фундамент в продвижении планируемого «Amway» открытия бизнеса на Филиппинах весной 1997 года.

«Я не думаю, что наш успех зависит от случая, — говорил мне Джим. - Наш подход - принимать людей отдельной культуры готовить их здесь и затем посылать на рынки как миссионеров бизнеса.

У нас, в Network-21, глобальное видение: строить метод поддержки, который не обращает внимания на границы и различия в языке».

Когда вы слушаете такого юного дистрибьютора, как Чиффи Осбальд из Индонезии, который поднялся от улиц Джакарты до благосостояния в «Amway» благодаря поддержке дистрибьюторов верхнего уровня, то вы услышите глубину почтения в его голосе, когда он говорит о Дорианах, и вы поймете, что Джим, безусловно, на своем месте.

Рекс Ренфроу подчеркнул важность командной поддержки в книге Рича Де Воса «Благотворительный капитализм»: «Вы должны выделять время для других. Много раз я ходил помогать другим провести презентацию, хотя сам не хотел делать этого. Я ходил помочь людям, когда большинство других не уделяли им времени.

Помощь людям - это так важно. Когда вы проявляете интерес к человеку и смотрите на него или на нее прямо в глаза и говорите: «Я помогу тебе», — это сильно!»

НЕЗАМЕНИМАЯ СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ УСПЕХА

За годы функционирования «Amway» многим дистрибьюторам этой корпорации была оказана большая помощь в виде обучения на примерах других, либо через личный опыт, либо с помощью магнитофонных записей, книг и отпечатанных диаграмм с результатами опросов, наблюдений, измерений и т. п. Время от времени эти методы обучения дистрибьюторов подвергаются острой критике. Но эта критика, временами обрушивающаяся на «Amway», выглядит в общем-то нелепо: ведь никто из подобных критиков не дал себе труда задуматься над вопросом: а нужно ли дистрибьютору, занимающемуся продажей товаров в системе сетевого маркетинга, такое же дорогостоящее образование, как того требует работа врача, юриста, инженера, учителя и т.п.

Декстер Егер, гений бизнеса, руководит организацией, считающейся самой большой в бизнесе «Amway»; она разрабатывает и издает учебные материалы для людей, осваивающих и совершенствующих свое мастерство дистрибьютора.

Доктор должен продолжать научные исследования. Юрист должен знать обо всех новых случаях применения закона, священник продолжает читать Библию и изучать теологию до последнего дня своей жизни. Почему же благотворительный капитализм должен делать меньше?»

Книги, магнитофонные записи и собрания — строго добровольные компоненты развития нового дистрибьютора «Amway», как независимой личности в бизнесе - являются, по общим отзывам, составными частями успеха. Сравнивая то, что мы вкладываем в нашу голову, с тем, что мы вкладываем в наши тела, Рич Де Вос говорит: «Единственный важный способ совершенствовать вашу «диету» — это слушать магнитофонные записи и читать книги».

* * *

Также существенным для прочности и гибкости «Amway» было тесное партнерство между корпорацией и дистрибьюторами. «Это единственный бизнес, который я когда-либо видел, действительно движимый дистрибьюторами», - говорит Кларк Брум, управляющий «бриллиант» из Северной Калифорнии. В самом деле, на протяжении многих лет руководство «Amway» работает с лидерами

дистрибьюторов, чтобы превратить в капитал их изобретательность и индивидуальность.

Иногда это может быть ловкое балансирование. Дистрибьюторы -это не наемные работники, хотя, они используют доброе имя компании. Они также хорошо знакомы со спросом на товары со стороны населения.

Для обеспечения того, чтобы голос дистрибьюторов доходил до корпорации, образована Ассоциация дистрибьюторов «Amway» (АДА). Работая в своем собственном офисе в Гранд Рэпидс, штат Мичиган, АДА исполняет следующие роли, главным образом, через правление, состоящее из 30 членов:

- Советы и консультации с «Amway» по аспектам бизнеса, включая разработку продукта.
- Пересмотр Правил ведения бизнеса для дистрибьюторов и внесение в них поправок в случае необходимости.

Я спрашивал о числе работающих и уже не работающих членов правления АДА, интересовался оказывают ли они реальную помощь, было ли правление действительно партнером и помощником или только корпоративным очковтирательством. Все без исключения утверждали, что «Amway» прислушивается к их голосу.

Дэн Вильяме никогда не забудет время, когда он был на посту президента правления АДА. «Когда я был там, я сидел на совещании с Ричем Де Восом справа от меня и Джеем Ван Анделом слева, — вспоминает он. - Когда Джею приносили послание, он наклонялся ко мне и шепотом говорил мне, что у него важный звонок. Он спрашивал меня, будет ли все в порядке, если он выйдет из комнаты на пару минут».

Это было не показное, Джей искренне спрашивал моего разрешения. Подобное демонстрировало большое уважение ко мне, но более важным это было для нашего правления и для дистрибьюторов. Я никогда не забываю этого».

ДУША БИЗНЕСА

Сверху донизу «Amway» — это работа командой. Для Кларка и Дайаны Брум друзья и семья, которые составляли их команду, действительно определяли для них душу бизнеса. Кларк вырос в неполной семье в Сакраменто, штат Калифорния. Его отец умер молодым. Его мать изо всех сил старалась самостоятельно поднять шестерых детей. Кларк тоже упорно работал, так что денег у матери он не просил.

Дайана выросла в разваленном доме. С 14 лет она жила самостоятельно в Южной Калифорнии, водилась с плохой компанией и употребляла наркотики и алкоголь. Б двадцать лет она решила, что эта дорога приведет ее в никуда, так она попала на дорогу, приведшую ее в Сакраменто. Там встретилась с Кларком. Вскоре они поженились.

Кларк пошел по стопам своей матери и начал заниматься бизнесом, связанным с недвижимостью. У него неплохо получалось, и он сделал решительный шаг, открыв свой офис. Когда реальный бум с недвижимостью сменился спадом, то же самое произошло и с семейным доходом Брумов.

«Мы были должны кучу денег, - вспоминает Кларк. - Мы оба непрерывно работали, но откатывались все дальше назад. По уши в долгах и чувствуя себя выбитой из колеи, Дайана сомневалась, что удастся сохранить семью. «Когда нас познакомили с бизнесом «Amway», я уже отказалась от нашего супружества, - говорит она. - Мы работали долгие часы и все же безнадежно оставались в долгах. Все, что я хотела, это чтобы был муж и здоровая семья, которые проводили бы время вместе. Мы уже ни на что не надеялись».

Друзья посоветовали Брумам объявить себя банкротами. Кларк не хотел даже слушать об этом. Они продали свой дом и переехали в темную тесную арендованную квартирку на время, пока строили свой бизнес в «Amway» и выплатили весь долг.

Сегодня управляющие «бриллианты» Кларк и Дайана Брум имеют прекрасный дом, в котором живет веселая и дружная семья. Даже материальные блага, которые принес им бизнес, бледнеют рядом с командой друзей и семьей, которая собирается вокруг них.

«Что мы действительно храним, и это самая трудная вещь для объяснения перспектив - истинную душу бизнеса «Amway», - говорит Кларк. - Каждый день я работаю вместе с Дайаной, нашими детьми и многими чудесными друзьями по бизнесу. Особенно мы гордимся тем, что паша организация упорно трудится, зарабатывая средства для сохранения морских котиков. Это доставляет нам моральное удовлетворение».

Душа бизнеса - это друзья и семья. Когда Декстер Егер говорит: «Любовь - это клей, который держит наш бизнес вместе. Может быть, опыт «Amway» это современный путь возврата к соседским отношениям; это напоминает то, что люди чувствовали друг к другу в прошлые дни деревенской жизни, когда мы все нуждались друг в друге при сборе урожая. Может быть, это путь создания «всемирной деревни», напоминающий те времена, которые для каждого что-то значат. Что бы то ни было, но одно несомненно: это тонкое равновесие между индивидуальностью и взаимозависимостью работает каждый день в жизни миллионов людей!»

ГЛАВА ДЕВЯТАЯ. БИЗНЕС ВИРТУАЛЬНЫЙ, ДЕНЬГИ - РЕАЛЬНЫЕ

Американцам нужен телефон, а нам нет.

У нас сколько угодно мальчиков-посыльных.

Шеф Британского почтамта, 1876г.

Брайан и Маргарет Хейс управляют своим международным бизнесом в «Amway» из дома, расположенного на северо-востоке штата Иллинойс. Весь штат сотрудников составляет полчеловека: секретарь с неполным рабочим днем.

Джерри и Черри Мидоуз приводят в движение собственное «трехбриллиантовое» дистрибьюторское хозяйство из своего фермерского дома, находящегося в прекрасной холмистой местности штата Теннесси.

Брэд и Шерилл Бигерт построили величественный фермерский дом в викторианском стиле в сельском Айдахо и из него управляют своим очень успешным бизнесом в «Amway».

«Бриллианты» Стив и Шанна Им живут в Нью-Йорке, но вербуют, побуждают и готовят многих дистрибьюторов на родине четы Им, в Корее, на другой стороне земного шара.

Бизнес «Amway» всегда был гибким бизнесом - бизнес, который позволяет практикующим его участникам действовать с малым или вообще без всякого управления сверху в соответствии с их собственным графиком и образом жизни. Возможности «Amway», объединенные с допустимыми дружескими деловыми связями и информационной технологией, создают совершенное тесное единение. Независимо от того, где вы живете или откуда вы прибыли, дееспособны вы или нет, на каком языке вы говорите, - ваша территория теперь - весь мир. Вы можете назвать это вашим виртуальным бизнесом: офис без стен; склад без товаров; компания без работников; собственность без капитала. Все, что осталось, - так это доход!

Звучит как научная фантастика? Нет, это реальность. Во время собрания, которое я посетил недавно вместе с доктором Брендой Дитрик, старшим администратором в IBM, она заметила, что сегодня на самом деле можно строить и управлять мультинациональным бизнесом из помещения 12 x 12 футов с телефоном, компьютером, принтером и модемом. Самый большой в мире книжный магазин, отмечает доктор Дитрик, на самом деле совсем не магазин. Это виртуальный магазин на вебсайте в Интернете, который производит гораздо больший объем продаж, чем любой из магазинов Barnes & Noble - абсолютно без физического запаса!

«Парень, руководящий бизнесом из своего гаража — это двигатель в сегодняшней экономике», - замечает доктор Дитрик. Что укрепляет позиции в бизнесе этих предпринимателей - так это

быстрота, с которой новые коммуникационные технологии становятся доступными для обычного человека. Это технология, которая становится все более сложной, в которой можно все делать, поскольку она становится проще для использования и дешевле, чтобы ее можно было купить.

«Производительность микропроцессора удваивается в каждые 15-18 месяцев и будет продолжать увеличиваться в обозримом будущем, - говорит доктор Дитрик. Она иллюстрирует последствия этой тенденции, вспоминая, что только 10 лет назад она пыталась задействовать очень сложные функции на самой большой универсальной ЭВМ, которую предлагала фирма IBM, - компьютере, который занимал целую комнату и «был высотой до колен». «Сегодня, — восхищается она, — можно было бы с успехом и просто работать с теми же функциями на портативном компьютере - «notebook» за своим столом!»

В процессе своей собственной работы, связанной с производством грузовых автомобилей, я был свидетелем драматического воздействия технологии также и на этот бизнес. Грузоперевозки не являются традиционно задуманными, как современные отрасли промышленности. Но один из ведущих администраторов полагает, что благодаря технологии, будущее бизнеса продолжает оставаться «с мужчиной или с женщиной в кабине, имеющими с собой портативный компьютер и мобильный телефон. С этими средствами и со своим оборудованием они могут владеть компанией по грузоперевозкам».

Все чаще грузовики становятся «мобильными складами на колесах», в то время как экспортеры и производители выдавливают неэффективные звенья из цепи поставок. Это было бы невозможно без развития более надежного оборудования и совершенных технологий поставок по расписанию и выбора маршрута для перевозки груза. Фактически, в последующие годы штриховая кодировка на партии товара и спутниковое сопровождение местоположения грузовиков станет нормой, так же как традиционные контейнеры преобразуются в логистические (полностью научно определяемые) схемы перевозки и транспортные обслуживающие компании.

СВОБОДА БЛАГОДАря ТЕХНОЛОГИИ

Многие интересуются, совместимы ли или противоречат друг другу «Amway» и бурный подъем относительно недорогой и простой в использовании техники связи. В конце концов, «Amway» держится на взаимоотношениях. Это бизнес людей, которым требуется личный контакт, его-то технология заменить просто не может.

Без сомнения, технология ставит требования и изменяет «Amway», точно так же, как она ставит требования перед нами и

изменяет всех нас. Мы, разумеется, далеки от того, чтобы считать «Amway» устаревшим. Однако мы признаем, что прорыв в развитии информационных и коммуникационных технологий двигает «Amway» и индустрию прямых продаж к беспрецедентным высотам.

Почему? Да потому, что эти технологии увеличивают возможности отдельных лиц и будут продолжать это делать. Эти технологии являются также инструментами независимости. Вы можете теперь делать то, что прежде было невыполнимым. Вы можете строить этот виртуальный бизнес и зарабатывать деньги, освободив себя от зависимости от правительства или корпораций.

Недавняя статья в журнале «Success» («Саксес») подводит итоги тесного единения предпринимательства и технологии следующим образом:

Многие скажут, что он (многоуровневый маркетинг) создает полностью новый рынок «вне ящика» с телевизионной рекламой, вне витрин магазинов, оборудования и посредников и имеет способность превратить привычную розничную продажу в архаизм. Это свойство возникает из союза современной технологии - сохраняющей компьютеризованную запись и телекоммуникации - с древним искусством «поговорить по душам», посудачить.

Этот «союз» служит катализатором для «Amway» и всей индустрии прямых продаж. Нил Оффен, президент основанной в Вашингтоне, округ Колумбия, Ассоциации прямых продаж (АПП), расшифровал растущий глобальный охват прямыми продажами, ускоряющимися растущей простотой, с которой отдельные лица в бизнесе могут расширить свои сети покупателей и нижний уровень дистрибьюторов. В одних лишь Соединенных Штатах более чем 7,2 миллиона американцев участвуют во всякого рода бизнесе, связанном с прямыми, продажами, производя годовые продажи примерно на сумму 18 миллиардов долларов. По оценкам, во всем мире в этой индустрии работают 20 миллионов человек, не включая тех, кто работает в Китае.

Ричард По, ведущий авторитет по сетевому маркетингу, настолько уверен, что технология и прямые продажи создают хорошую комбинацию, которая, по его мнению, вызовет целую новую эпоху, которую он называет «Волна-3».

В своей книге-бестселлере «Волна-3: Новая эпоха в сетевом маркетинге», он изображает Джея Ван Андела и Рича Де Воста пионерами, революционизировавшими подход к продажам и к бизнесу, который может стремительно подняться к новым высотам вместе с технологией. Более того, По видит технологию как рост удерживаемых ставок дистрибьюторов путем избавления от ошибок

в пограничных случаях и поворота их к рассказам об успехах: «Наиболее продвинутые компании сетевого маркетинга сегодня испытывают стресс главным образом от простоты. Они используют компьютеры, системы менеджмента и передовые системы телекоммуникации, делающие для среднего дистрибьютора жизнь, возможно более простой».

Перечень новых технологий, принятых успешными маркетинговыми компаниями, растет. Ричард По представляет этот перечень:

Трехсторонний телефонный разговор, телеконференции и «знак отправления товара» - использование компьютеризированной системы автоматического выполнения становятся стандартными средствами для нынешних специалистов по сетевому маркетингу. Системы передачи факсов в обычном виде и в речевой форме позволяют теперь дистрибьюторам давать инструкции непосредственно каждому члену нижнего уровня. Печать с помощью персонального компьютера ярлыков на конвертах для рассылки почтовых отправок тысячам адресатов. Вы хотите идти глобально дальше? Компании «Волны-3» возьмут на себя заботу обо всех таможенных, налоговых, по конвертированию валюты и другим возникшим трудностям международного бизнеса. Вам нужно только войти в «Волну-3» и делать деньги.

Джон Фог, издатель «Upline» («Аплайн»), точно определяет роль, которую технология может и должна играть в строительстве вашего бизнеса прямых продаж, когда замечает: «Все средства и Технологии освобождают вас, чтобы вы сосредотачивались на той одной, наиболее неосознанной части этого бизнеса, которая является взаимоотношениями с людьми. Ваша работа состоит в развитии ваших людей и в поддержке их при строительстве их бизнеса».

А как насчет сетей покупателей и дистрибьюторов, над строительством и выращиванием которых так упорно работает бизнес «Amway»? Будут ли они подрезаться жестким управлением маркетингом посредством Интернета? Интересно отметить, что Ассоциация дистрибьюторов «Amway» (АДА) недавно исправила Правила ведения продаж, запрещающие дистрибьюторам рекламировать и продавать продукцию «Amway» по Интернету. «Amway» позволяет только местную рекламу, и он рассматривает Интернет как организацию для розничной торговли. Продукция «Amway» не продается в розничных киосках -реальных или виртуальных.

Несмотря на свое запрещение прямого маркетинга по Интернету, «Amway» быстро переходит на обеспечение технологической инфраструктуры, которая может помочь отдельному дистрибьютору строить его или ее бизнес и обеспечить лучшее и более быстрое обслуживание покупателя. Дистрибьюторы могут иметь доступ к автоматизированному речевому сообщению о состоянии их счетов и заказов. Покупатели, заказывающие продукцию по Персональному каталогу покупателя, могут сделать это с помощью набора централизованного номера по телефону или факсу — и дистрибьютор получит ПВ или БВ Amway кредит на продажу! (о ПВ и БВ стоимостях см. главу 3).

В 1995 году компания проверила рынком свой первый каталог на CD-ROM дисках, которые дают возможность дистрибьюторам электронным образом заказать более 1 000 продуктов и услуг для своих покупателей. «Мы смотрим на мультимедийную технологию как на отличный способ, представляющий подробную информацию о продукте, делающую наших дистрибьюторов более производительными и успешными», - сказал один из официальных представителей «Amway».

Каталог CD-ROM «дает нам возможность внедрить продукцию в жизнь с помощью включенного текста, графиков, видео и звука. Более важно, дизайн их интерфейса делает каталог простым для использования - даже для того, кто новичок в компьютерах».

Помощь дистрибьютору при продаже продукции - это не единственный способ технологии, который может быть использован для умножения успеха в «Amway»; более значительно ее воздействие на обучение и мотивацию дистрибьюторов фирмы «Amway». Главные системы поддержки у «Amway», такие как Network-21, Международная ассоциация сетей, Международная организация «Строители мечты», «Международная связь», группа Декстера Егера, Всемирные «Строители Мечты» и другие - все используют самые последние методы и технологии и мотивационные методы по всему миру.

ПО ПОВОДУ СВОИХ СОБСТВЕННЫХ СРОКОВ

Может ли бизнес, построенный на личных отношениях, процветать в мире во времена безличного мира все опрокидывающей технологии? Дистрибьюторы «Amway» сегодня интенсивно пользуются этой технологией. Они географически расширяют охват своих сетей. Дистрибьюторы делают более эффективными обучение и мотивацию своих нижних уровней. Они проникают во все уголки мира со значительной скоростью и эффективностью, давая десяткам тысяч людей возможность успеха. Они делают все это из своих подвалов и каморок вместе со своими семьями, работающими бок о бок, живя своей жизнью по своим понятиям.

ГЛАВА ДЕСЯТАЯ. РАЗГОВОР СО СКЕПТИКАМИ

Люди находят любые оправдания. Некоторые говорят о себе, что они слишком старые. Другие говорят, что они слишком молоды. Некоторые заявляют, что они слишком образованны. Другие говорят, что они недостаточно образованны. Мы верим, что «Amway» будет работать на каждого, кто готов настойчиво работать.

*Управляющие «бриллианты»
«Amway» Билли и Пэгги Флоренс*

По образу действия, положению или формально я всю свою профессиональную жизнь имел дело со средствами массовой информации. Так что я знаком со всем, что имеет отношение к цинизму, скептицизму и пессимизму. Они, в конце концов, являются инструментами медиа-индустрии.

Поработав на политиков, склонных к созданию положительного имиджа с помощью средств массовой информации, я был очевидцем, вовлеченным в замысловатую ритуальную игру между прессой и политиком. Политики запускают свои сообщения, ожидая, что их обкорнает пресса, так что они пытаются предстать даже более умными, чтобы показать себя с помощью массмедиа. Это игра «голубоватого дыма и зеркал».

На самом деле есть много причин, почему люди, не идут в «Amway» - или идут и затем уходят.

Если вы когда-либо занимались менеджментом и были вынуждены принимать решение по найму (увольнению), я уверен, вы согласитесь, что иногда неудачный найм не чья-то вина, не вина компании и не вина нанятого работника. Просто в тот момент не было подходящего.

«Amway» не может быть хорошим для каждого. Если ваши приоритеты и обстоятельства таковы, что вы не можете посвятить достаточно времени строительству вашего «Amway» или другого бизнеса, связанного с прямыми продажами, тогда вы не будете иметь успеха. Это не означает, что «Amway» заключил с вами нечестную сделку, это не означает, что вы недостаточно квалифицированный специалист! Это просто означает, что изменились ваши приоритеты.

Информация состоятельна, когда она приходит в нужный день и в срок - каждый оценивает состояние дел и составляет мнение. Хотя серьезные люди, которые стремятся принять важные решения относительно экономического будущего своих семей, иногда нуждаются в решительном уме и резком изменении своих взглядов. Давайте подвергнем «Amway» такому обмену мнениями.

«Amway» устроен по схеме пирамиды?

Я уже указывал то, что некоторые из отрицательных взглядов, с

которыми я сталкивался по поводу «Amway», происходили от моих собратьев по профессии, когда я говорил им об этой книге. Я вспоминаю, в частности, разговор с одним приятелем, который откровенно отреагировал на мою тему: «"Amway" - это же пирамида».

Я решил сыграть роль тупицы. «О, на самом деле? А что такое пирамида?» - спросил я.

«Ну, это, м-м... Право, я не знаю, только думаю, я слышал, что это дутый бизнес и людей просто обдирают».

Я предполагаю, что многие, выносящие такой приговор, в действительности не знают, что такое схема пирамиды. Они только слышали, что она плохая и что «Amway» относится к ней. Прищелкивая языком, они осуждают «Amway» и другие подходы сетевого маркетинга немного больше, чем рассылаемые по адресам восхваляющие письма по поводу законного бизнеса.

Вот факты:

Во время как закон служит для отличия интерпретаций, схема пирамиды, вообще говоря, рассматривается как таковая, когда бизнес строится почти исключительно на плате людей за запись в дистрибьюторы. Новые рекруты требуются, чтобы купить большее количество продуктов заранее (незаконная практика, называемая преднагрузкой) без всякой возможности возместить долг. Мало или никакого внимания не обращается на движение продукта на покупательский рынок. Существенно то, что участники откармливают друг друга на убой, с потреблением ресурсов на большую рыбу при расходе энергии на малую рыбешку.

«Amway» и вместе с ним вся индустрия прямых продаж столкнулась с проверкой расчета по этому счету в 1979 году. Федеральная торговая комиссия (ФТК) постановила, что «Amway» является законным бизнесом, а не пирамидой. Даже если удачные дистрибьюторы «Amway» посвящают значительную часть своего времени разведке и набору дистрибьюторов нижней линии, компания проводит проверку, поскольку основой ее бизнеса является продажа реальных продуктов реальным покупателям. Далеким от известной поговорки о змее, заглатывающей свой хвост, «Amway» это глобальная компания по производству, распределению и маркетингу, которая создает, отправляет и продает продукцию по всему миру. Компания непременно отказывается от любого намека на преднагрузку. Единственная инвестиция, требуемая для набора части новых рекрутов, - это ранец для продаж и продуктов компании «Amway» стоимостью 135 долларов.

Другим испытанием - лакмусовой бумагой - возможной незаконной деятельности «пирамиды» является членский взнос просто за внесение в список людей в качестве дистрибьюторов. «Amway» никогда не делал этого.

Того факта, что вопрос был задан и ФТК была вынуждена

принять решение, достаточно, чтобы отпугнуть некоторых в сегодняшней обстановке косвенных намеков на виновность. Если «Amway» так безупречно чист, тогда почему возникают подобные вопросы? Почему так трудно было компании стряхнуть это обвинение?

Ричард По, автор книги «Волна-3: Новая эра в сетевом маркетинге» дает наилучший ответ и проводит параллель в данном процессе:

Новые идеи вначале всегда подвергаются нападкам и отвергаются. В первые дни предоставление льготы на продажу со скидкой претерпело подобную брань от прессы и от корпоративного мира почти по тем же причинам... Средства массовой информации атаковали подобно голодной барракуде. Снимки живописали немилующие семьи, которые потеряют свои сбережения через схемы с предоставлением льготы на продажу товара со скидкой. Министр юстиции раз за разом осуждал новый маркетинговый метод. Некоторые конгрессмены действительно пытались объявить предоставление подобной льготы полностью вне закона.

Как быстро все меняется! Сегодня льготами в Соединенных Штатах пользуется 35 процентов всей розничной торговли.

«Amway» теперь больше не новая, непроверенная идея. Но его влияние растёт геометрически с каждым днем. Другие виды бизнеса и другие маркетинговые подходы имеют мотивы, диктуемые конкуренцией с желанием выбить «Amway» с ринга. Многие элементы установленного порядка, включая правительственных чиновников, регулирующих торговлю, крупных правительственных советников, и некоторых общественных активистов, на самом деле не в восторге по поводу идеи о миллионах независимых граждан, думающих о себе и работающих на себя.

Существует также категория пассивных наблюдателей, которые негативно относятся к «Amway», поскольку они негативно воспринимают даже собственную жизнь. Они бредут по проторенной колее. Они не видят путей выхода. Унижение тех, кто нашел этот путь, необходимо, чтобы оправдать их собственную неспособность действовать. Так, они порождают сомнения, льют клевету, сомневаются в мотивах, бросают препятствия на пути предпринимателей: «Не действуйте самостоятельно. Вы не добьетесь успеха, План обманчив. Найдите настоящую работу!» - так они говорят.

На слова «посланника короны» «Amway» Шерин Веб,

рассказывающей о бизнесе «Amway» и о жизни, стоит обратить внимание: «Единственная фатальная ошибка, которую вы можете совершить, это бросить работу в «Amway».

Я слишком хорош для «Amway»

Хотя торговля обладает богатыми и гордыми традициями во многих культурах, многие на нее еще смотрят неодобрительно. Такое отношение к торговле часто встречается у людей, которые имеют хорошо звучащую должность, но скромный доход. Действительно, в ходе подготовки этой книги я сталкивался с большим «ассортиментом» отношений к «Amway». Однако я наблюдал, что большинство открыто высказывающихся критиков были из тех, кто обменял возможность предпринимательской деятельности на гарантию своей карьеры. Как бывший городской менеджер, а теперь «посланник короны», Билл Бритт, любит говорить: «Я привык иметь статус. Я хорошо выглядел, от меня хорошо пахло, но я был разорен».

Для многих так называемых яппи (высокообразованных городских жителей с высокими доходами) строительство бизнеса в «Amway» просто не подходит из-за тщательно культивируемого собственного имиджа как известного в мире профессионала - «белого воротничка». Они хотят титула, категории и положения, даже если будут вынуждены жертвовать своей свободой. Они стремятся к определению себя как человека, который мог бы сказать: «Я администратор известной компании», «Я адвокат такой-то юридической фирмы», «Я работаю старшим тем-то и тем-то». Те же самые люди могут критиковать некоторых дистрибьюторов «Amway» за открыто поставленные материальные цели модно одеваться, радоваться кухне стран всего мира, ездить в первом классе, покупать дорогие автомобили и яхты - однако большинство из них страстно желают и хотят иметь те же вещи, но не сознаваясь в этом.

Нет вопросов, что идея быть включенным в продажу на любом уровне отпугивает многих от разрушения наложенных самими же на себя ограничений. Никаких таких душевных переживаний не было у Рича Де Воса, когда он писал в своей книге «Верь!»:

Мой собственным конкретным «делом» всегда была торговля. Я занимался торговлей всю свою жизнь, и всегда удивлялся, когда видел, как много людей смотрят свысока на торговлю товарами, как на недостойное занятие. Я встречал людей, которые говорили мне раньше: «О, «Amway»! Вы молодцы в этом деле прямых продаж». Мой ответ: «Конечно! Мы заняты в бизнесе персонального обслуживания. Нам посчастливилось предположить, что персональное обслуживание побьет то, что

заставляет покупателя стоять в очереди. Мы не извиняемся за это».

У вас чувство снисхождения, окрашенное вашей точкой зрения на торговлю вообще и на «Amway» в частности? Они у нас с вами одинаковые.

Как я признался вначале, у меня был серьезный «пунктик» по поводу продажи. Самый трудный период в моей профессиональной жизни был, когда я пытался перейти от роли высокопоставленного официального лица в правительстве к работе консультанта, в которой я должен был продавать мои профессиональные услуги. После многих лет, когда высокие и могущественные лица стучали в мою дверь, я вдруг был вынужден стучаться в их двери — без звания, без положения, без влияния. Меньше, чем через год я опрометчиво пошел на попятную, назад — в политически направленный офис. Я очень порицаю многих людей и обстоятельств за мой промах. Это было позже, когда я представил, что самый большой соучастник в этом — мое отношение. Я был слишком сильно смущен, когда продавал свой товар моим знакомым и коллегам. Я боялся, что меня отвергнут. Это было ниже меня. Сегодня, когда я впервые активно включился в бизнес «Amway», я сомневаюсь, что был бы удачлив в моей консультационной деятельности. Думаю, что знаю ответ.

Положение может отрезать оба пути. Сегодня Рич Де Вос и его семья владеет баскетбольной командой «Орландо Маджик». Билл Бритт владеет рыночной площадью в Северной Каролине, носящей его имя, а «посланник короны» Декстер Егер получил степень почетного доктора от Юго-Западного баптистского колледжа. Но есть и другой, более спокойный вид статуса: тот, который исходит от работы дома без босса, позволяя забирать своих детишек из школы в середине дня и посылать родителей в оплаченное дорогое путешествие на Гавайи. Это вид статуса, которому радуются многие люди, спокойно построившие процветающий бизнес в «Amway» — возможно даже в своем городе.

Ричард По вызывает в воображении будущее, которое не так далеко от настоящего времени:

Вы последний человек в Америке, который отказывается стать сетевым сбытовиком. Все ваши соседи делают это. Все ваши друзья, близкие и коллеги-профессионалы. Но не вы...

«Мы никогда не войдем. Мы никогда не будем сетевыми сбытовиками. Никогда!» Но глубоко внутри вы знаете, что все это только дело времени.

Я не хочу продавать мыло

Меня удивляет, что до сегодняшнего дня те, кто немного знает об «Amway» и никогда не давал себе труда узнать побольше, имеют

ошибочное представление, что дистрибьюторы «Amway» - это толпа торговцев мылом.

Первоначальный продукт компании L.O.C. - многоцелевое чистящее средство, все еще находящееся в продаже. Однако успешный дистрибьютор «Amway» ведет сегодня виртуальный отдел магазина без стен. Товары и услуги, чье разнообразие пугает воображение, все без исключения доступные для личного пользования и для продажи - это 6 500 продуктов от 1 200 различных производителей.

Имеются сотни продуктов с маркой «Amway», большинство из них произведено на собственном оборудовании компании - и всегда с учетом экологии процессов и упаковки. Сюда входят средства по уходу за домом и для личного пользования, декоративная косметика и питательные добавки фирмы «Nutrilite», и система для приготовления целебной воды. Теперь есть даже книги и CD-ROM по воспитанию детей. Затем имеется каталог наборов «Amway», который предлагает домашние аксессуары известных марок, канцелярские товары и продукты для здоровья и поддержания физической формы, а также одежду и развесные продукты. Вы можете даже съесть свежий бифштекс со Среднего Запада, доставленный самолетом в ваш дом!

Может быть, наиболее интересен для покупателей новый отдел - это ряд услуг, которыми дистрибьюторы «Amway» их обеспечивают, это, например, план дальней телефонной связи MCI, кредитные карты VISA, речевая электронная почта, планирование поездок и срочная помощь при поломке автомобиля в дороге.

Расширение «Amway» в услуги, так же, как и предложение каталога, важно по ряду причин:

- Более широкий набор продуктов и услуг означает, что дистрибьютор может обеспечить полный перечень услуг для своего покупателя.
- Дистрибьюторы получают скидку на значительный ассортимент жизненно важных товаров первой необходимости и предметов роскоши.
- Расширение набора продуктов и услуг увеличивает общий фонд видов дистрибьютора на будущее. Например, индивидуальная работа в банке или в телефонной компании. Для тех, кто может оказаться неспособным предложить необходимую мотивацию для продажи декоративная косметики или пищевых добавок «Nutrilite», тот мог бы стать заинтересованным в отношении продажи кредитных карточек VISA или подписки на дальние телефонные переговоры по MCI.
- Тот факт, что «Amway» успешно объединяется с некоторыми наиболее уважаемыми компаниями Америки, является доказательством растущего признания «Amway» теми компаниями, у которых прямые продажи — это волна будущего.

Люди - за исключением «крутых» - реально не получают приличного дохода за свое время и свои инвестиции

Есть те, кто жалуется, что они не в состоянии получить значительный доход из прямых продаж. Некоторые обвиняют компанию. Некоторые винят себя. «Amway» - это не быстрый «проход по краю футбольного поля» и не схема быстрого обогащения, и он никогда не обещал этого.

Общие материалы, выражающие основные элементы Плана «Amway» всегда перед теми, кто работает в бизнесе с ним и с тем, кто распространяет. Действительно, большинство дистрибьюторов «Amway» не доводят свой бизнес до значительного уровня дохода. Отдав небольшую входную плату, каждый желает знать, сколько из тех, кто, купив свой ранец, подошел к своему вступлению в «Amway», как к серьезной возможности бизнеса, а кто - как к хобби, занимаясь поверхностно или только для возможности приобретать продукты со скидкой. Нет ничего неправильного в присоединении к «Amway», если вы хотите достижения лишь маленьких целей. И есть всегда те, кто стремится к той или иной степени, но не преуспевает. Это жизненный факт при любом стремлении.

Несмотря на это, каждый месяц журнал компании «Amagram» определяет сотни дистрибьюторов, которые достигают уровней от прямых дистрибьюторов и выше — категории, в которых оценивается объем бизнеса.

Когда я разглядываю в журнале «Amagram» фотографии новых прямых дистрибьюторов, я стараюсь понять, что у них общего. Их профессия или их подготовка? Но мне не удастся увидеть некий общий знаменатель. Здесь одиночки и пары. Лица у всех прекрасные, человеческие. Профессии? Здесь врачи и юристы, учителя и фабричные рабочие, служащие корпораций и муниципалитетов, фермеры и программисты, и т.д. и т.п. Почему же эти люди преуспевают, в то время как другие нет? Может быть, потому, что они поставили цель, которую наметили под влиянием внутреннего желания преуспеть, и нашли способ преодолеть свою боязнь получения отказа.

Так стоит ли того их работа? Я не могу вам ответить на этот вопрос. Когда я обсуждал это в главе 6, речь шла о том, что все зависит от того, как вы измеряете успех. Не все ценности данного бизнеса могут быть вычислены в долларах и центах - вместе со строительством бизнеса в «Amway» происходит в большой мере и рост личности. Как составителя речей, который слышал многих лидеров правительства и промышленности, меня поражала их способность быть лидерами и умение выступать. Я наблюдал за речами большинства сотрудников «Amway». Многие признаются, что раньше они были исключительно робкими перед микрофоном, но теперь

выступали свободно, стоя перед сотнями и даже тысячами людей. Многие из них даже лучше выступают, чем профессиональные лидеры, которых я слышал многие годы.

Эта трансформация личности иллюстрируется примером «посланника короны» Дэна Вильямса, который всю свою жизнь страдал от заикания. Он преодолел свой дефект только желанием построить свой бизнес в «Amway». Сегодня он известен как один из наиболее интересных ораторов в «Amway». Как вы измерите значение этого в долларах и центах?

Когда я был студентом колледжа, то зарабатывал пару сотен долларов в месяц, накрывая столы в столовой, чтобы оплачивать книги и обучение. Оглядываясь назад, скажу, что меня бы устроил много больше бизнес в «Amway», даже если бы в столовой я зарабатывал на один пенни больше, потому что тогда бы изучил основы работы собственного бизнеса - умение более ценное для меня при длительном руководстве, чем вытирание столов.

Допустим, вы половина работающей пары и ваш партнер должен быть 40 часов в неделю на работе, которая невыносима. Вы получаете 30 000 долларов в год, но платите тысячи в год за обеспечение ухода за ребенком - ухода, которому вы не доверяете. Предположим, вы выбрали время для построения бизнеса в «Amway». Конечно, в данном случае вы чем-то жертвуете. Но теперь вы работаете на дому. Вы там вместе с вашим малышом и не тратите средства на оплату ухода за ребенком. Вы знакомитесь с новыми людьми и многое узнаете. И в отличие от старой работы, на которой через 10 лет могли бы заработать еще немножко, вы имеете возможность реального роста.

Или, возможно, вы врач, работающий в одной из больших компаний, занимающихся медицинской помощью. Вы помните, сколько раз вы радовались в ходе вашей работы, но теперь вы только наемный работник, а это не то, что еще и хорошо оплачивается. Вы страстно желаете раньше уйти на пенсию но не можете позволить себе этого - это вам не по карману. Вы начинаете строить бизнес в «Amway», что дает возможность восстановить частично или полностью ваш доход. Вы скажете, невозможно? Хирург-ортопед прямой дистрибьютор уровня «бриллианта» Клейтон Овертон планирует уйти на пенсию раньше, чтобы предложить свои медицинские знания и опыт нуждающимся пациентам в Африке. Мечты могут приходиться и становиться действительностью!

Каждый из нас должен провести перекрестную проверку наших индивидуальных соображений и приоритетов с шансами на успех в «Amway» и самому оценить, насколько это стоящая вещь. Но утверждение, что шанс получить существенный доход от работы в «Amway» маловероятен, - совершенно не справедливо.

Один дистрибьютор «Amway» выражает это таким образом: «Маркетинговый план «Amway» работает, и работает хорошо. Многие

люди больше не нуждаются в работе на кого-нибудь еще; а многие, включая меня, имеют растущий надежный доход. Как во многих вещах в жизни, если вы вкалываете достаточно долго, то преуспеете».

Я никогда не приду к тому, что смогу бросить свою работу и стать финансово независимым, так зачем суетиться?

Если вы определяете успех только в понятиях возмещения вашего дохода при работе полный день, у вас ограниченное видение того, что случится, когда вы объедините дополнительный доход с некоторой личной «финансовой ответственностью».

К примеру, если вы зарабатываете в месяц 1 000 долларов и инвестируете 500 из них во взаимный сберегательный фонд (да, даже «Amway» имеет один из этих фондов) на 20 лет, вы будете стоить сотни тысяч долларов, основанных на средней исторической ставке фондового рынка. Инвестируйте на 30 лет - и станете миллионером! Если вы используете здоровые принципы, вы можете обратить ваш доход от частичной занятости в «Amway» в золотые копи без того, чтобы стать человеком «успеха».

Что бы вы могли делать с такими сбережениями? Вы могли бы:

- Уйти на пенсию в 55 лет вместо 65?
- Путешествовать, имея шанс, который вам еще не выпадал?
- Жить в выбранном вами доме?
- Обеспечить вашим детям и внукам образование в колледже?

Теперь вы можете выбрать вместо этого расход 1 000 долларов в месяц на такие цели, как учеба ваших детей в частной школе или лучшую программу заботы о здоровье. Может быть, теперь ваша супруга сможет работать в офисе меньше на 10 часов в неделю и проводить это время дома с детьми. Эти пункты тоже представляют форму «независимости». Или, возможно, в следующем году вы потеряете свою работу. Слава Богу, у вас еще есть ваш доход в «Amway», на который можно рассчитывать, так же как на то, что существующая инфраструктура растет и расширяется, пока вы снова не получите работу.

Независимость — вот что такое выбор.

На меня будет давить расход денег на книги, магнитофонные ленты и на массовые собрания

«Amway» - это замечательно дешевый способ войти в бизнес. Единственная начальная трата - это стартовая сумка для бизнеса (ранец для бизнеса «Amway»), которая продается новому дистрибьютору примерно за 135 долларов.

Преуспевание - это другой разговор. Большинство из нас высоко ценят образование. Мы жертвуем, залезаем в долги или расходует наши сбережения в погоне за ним для себя и наших детей. Так почему же критики качают головой и осуждают идею расхода относительно

небольшого количества долларов на обучение и мотивационное руководство, необходимые для успеха в «Amway»?

Когда образования слишком много? Где та линия, проходящая между оправданными нуждами новых дистрибьюторов, которых надо учить на успехах и ошибках тех, кто пришел до них, и необходимостью поддерживать мотивацию, и что считается излишним давлением при покупке материалов?

План продаж и маркетинга «Amway» это ясно устанавливает: «Когда ваш бизнес начинает расти, вы можете пожелать получить пособие для обучения. Вы можете также захотеть посещать мотивационные встречи и собрания по строительству бизнеса. Они факультативны, необязательны, и ваше решение зависит от вас».

Я предлагаю вашему вниманию такое личное наблюдение. В ходе собственных усилий, предпринятых с целью более полного понимания этого бизнеса, я обнаружил, что как ни хороши были материалы, предлагаемые корпорацией «Amway», я действительно не понимал размаха возможностей или уровня доступных достижений, пока не стал слушать речи и магнитные записи преуспевающих дистрибьюторов.

Корпорация «Amway» могла бы играть честно, но, что касается некоторых из дистрибьюторов, это другая история

У «Amway» строгие правила ведения бизнеса, которым согласны следовать все дистрибьюторы. Ошибки с ведением могут повлечь за собой разбирательство и даже прекращение работы такого дистрибьютора.

Более уместен вопрос, касающийся репутации индустрии прямых продаж или многоуровневого маркетинга в целом. К сожалению, есть неразборчивые в средствах операторы, чья недобросовестность сказывается на репутации почтенных компаний, а также привлекает внимание прессы и общественного мнения. Не все компании, связанные с прямыми продажами, поддерживают такие же высокие стандарты, как «Amway». Это неудачники, главным образом, дающие основной объем таких случаев, от которых лучшие компании индустрии оберегают себя через содействие Ассоциации прямых продаж (АПП) в Вашингтоне, округ Колумбия.

Хороший способ проверить репутацию определенной компании, с которой вы хотите быть связанным, это соединиться с АПП (по телефону 202-293-5760 или по факсу 202-463-4569). Президент Нейл Оффен и его сотрудники работают и как адвокаты для индустрии, и как жесткие защитники своей репутации. Подписание и выполнение Этического кодекса АПП обязательно для компаний - членов АПП.

«Amway» играет ключевую роль в АПП. В 1997 году председатель «Amway» Дик Де Вос был также председателем АПП.

Я одинок, а «Amway» с давних пор отдает предпочтение семейным ценностям

Несомненно, вся организация «Amway» - от основателей до дистрибьюторов - пропитана особой привязанностью к семье. В 1996 году на Северо-Американском ежегодном съезде соучредители Джей Ван Андел и Рич Де Вос изложили «Четыре принципа», которые, как они полагали, образуют основу осмысленной жизни. Семья была одним из них. «Семья - это наша первичная социальная структура, обеспечивающая любовь и воспитание, наследование и наследство, - писали они. - Семья обеспечивает нас постоянным набором ценностей и рамками для роста и способностью расцветать, как личностям».

Женатые пары - естественная форма для «Amway» и по практическим причинам. Многие пары построили свой бизнес так, что один супруг продолжает работать на оплачиваемой работе за зарплату, освобождая другого для роста их дистрибьюторской фирмы в «Amway». Но было бы ошибкой считать, что «Amway» неприветлив к одиноким людям или что он не терпит разнообразия. Дистрибьюторами становятся люди из разной сферы, разного рода, занятий, образа жизни, различных расовых и этнических групп и национальностей.

Далекие от осуждения одиноких, группа охотно возьмет на себя роль «заменителя» семьи для него или нее, обеспечивая любовь и поддержку, которые человек может не найти где-нибудь еще.

Я не хочу быть членом политической и религиозной программы «Amway»

Корпорация «Amway» и семьи Ван Андел и Де Вос выполняют свои гражданские обязанности как американцы и в полной мере участвуют в политической жизни страны. Будучи неизменно связанными с системой свободного предпринимательства, они, естественно, поддерживают кандидатов и дела, которые продвигают эту систему.

Разница между политической активностью «Amway» и активностью других корпораций состоит в том, что «Amway» не боится отстаивать свою позицию. Большинство крупных компаний проводят так много времени, оседлав забор, что у них в отдельных случаях появляются язвы! Для этих больших компаний не является чем-то необычным ставить значительные суммы на каждого из оппозиционных кандидатов, участвующих в особой гонке.

Лидеры «Amway» никогда не пытались маскировать свои политические убеждения или разбавлять их; ни от кого компания не требует, чтобы дистрибьютор или служащий политически маршировали в ногу с ними. Контраст в том, что в практике больших объединений принятие обязательств обуславливает выплату рабочим

чеков, которые требуется тратить в пользу кандидата от объединения, независимо от того, поддерживают ли рабочие этих кандидатов или нет. Ничего похожего не может быть или произойти в «Amway».

Рич Де Вос неизменно сам определяет вопросы религии в своей жизни - но он также проводит важное различие, когда речь идет о бизнесе «Amway». «Иногда люди спрашивают меня, «Amway» христианская организация? — написал он в своей книге «Верь!» — Я всегда отвечаю определенно - нет. Я отказываюсь использовать организационный аппарат корпорации «Amway» для навязывания моих собственных убеждений другим и, наоборот, я не пользуюсь Евангелием для продвижения своего бизнеса».

ГЛАВА ОДИННАДЦАТАЯ. ВЫ НЕ ОДИНОКИ

Благотворительный капитализм - это предприятие, продолжающееся всю жизнь. Никто не может сказать вам, где и когда вы должны начать его. Запомните только, что один маленький акт заботы это начало, и за этот малый акт - каким бы он ни был - вы будете вознаграждены и что награда будет вдохновлять вас продолжать делать все большие и лучшие дела. Сочувствие заразительно. Стоило вам начать, и ваша жизнь изменится навсегда.

Рич Де Вос

Это случалось слишком часто, чтобы быть совпадением; это случалось слишком часто, чтобы об этом написать. Я спрашивал каждого, с кем разговаривал, что для него означает бизнес в «Amway». Что он сделал для их жизни? Что было самой большой наградой, полученной ими за их усилия?

В целом в ответах наблюдалось большое разнообразие, за исключением этой общей темы: наибольшая награда в этом бизнесе - это возможность помочь другим людям.

Когда я в первый раз услышал рефрен, что люди в «Amway» работают для того, чтобы помогать другим людям, то откровенно отнесся к этому с недоверием. Я много лет проработал в политическом и корпоративном мире, и был циником в отношении усилий одеть стремление к власти и прибыли в одежды благотворительности. Временами мне нравилось говорить людям «Amway»: «Это все так. Вы не должны стыдиться того факта, что делаете деньги. Вы не должны прикрываться видимостью альтруизма».

Только позднее я пришел к выводу, что мое подозрение было результатом ошибки в понимании мощной формулы, стоящей за бизнесом «Amway»: чем большему числу людей вы поможете, тем больше поможете себе. Вы делаете деньги, только когда они делают

деньги. Вы взбираетесь выше, когда они поднимаются выше. Ваша способность быть самостоятельным и достичь финансовой независимости зависит от вашего обязательства помогать другим делать то же самое. И таким образом с полной искренностью и проверенными результатами дух помощи другим вселяется в мысли, слова и поступки наиболее преуспевающих людей в «Amway».

«Посланники короны» Дэн и Банки Вильяме думают, что самое лучшее, что можно было бы сказать о них, это что они «принесли любовь в бизнес “Amway”». Председатель МАС и управляющий «бриллиант» Джим Эллиот рассказывал мне, что «помощь людям - вот что привлекало меня в бизнесе «Amway». Управляющий «бриллиант» Бэтти Кауфман говорит, что самую большую награду она и ее муж, Пэт, получают от бизнеса, когда наблюдают людей «становящимися».

«Посланники коконы» Пол и Дэбби Миллер из Северной Каролины говорят, что друзья и соседи никогда не были полностью убеждены в их успехе в бизнесе, пока «мы не начали жертвовать 10 процентов нашего дохода в нашу церковь и делать другие пожертвования на дела, которые, как мы полагали, касались всей нашей общины». Пол добавляет: «Не откладывайте желание быть щедрым до того времени, когда можете позволить себе это. Будьте щедрым сейчас, и вы будете удивлены тем, что получите в ответ».

И «посланник короны» Декстер Егер, который поднялся от продажи пива и поставок его в Риме, Нью-Йорке, чье восхождение стало одним из наиболее знаменитых свидетельств успеха в истории американского предпринимательства, сказал: «Любовь это клей, который удерживает этот бизнес вместе. Мы строим отношения - и люди, как правило, не покидают тех, кто любит их».

* * *

Декстер Егер знает это. В свой самый безнадежный час его поддержали люди, которые любили его - тысячи людей, чью жизнь он сделал неизмеримо лучшей.

В середине шестидесятых годов Декстер и его жена, Бирди, просто искали способ выбраться из нудного обыденного существования. Мечты Декстера концентрировались на автомобилях. Его вечерние прогулки по Риму, Нью-Йорку неизменно тянули его к агентству фирмы «Кадиллак» в центре города. «Я стоял там в темноте, - вспоминает он, - глаза на шикарные освещенные кадиллаки за витриной. Я остановился на светло-голубом «Девилле» с плюшевыми кожаными сиденьями и электрически поднимаемыми стеклами. У нас не было лишнего десятицентовика в банке, но стоя в темноте, я говорил про себя снова и снова, что скоро наступит день и что у меня будет автомобиль».

Бирди грезилa о доме: «Я мечтала, что мои дети будут иметь игровую площадку с газоном и маленьким ручьем, на улице, которая

будет тихой и безопасной».

Так, в 1964 году чета Егер получила шанс начать новый бизнес, к которому с подозрением относились многие из их друзей и родственников. Через десять недель после того, как они начали свой бизнес, они выиграли поездку в Аду, штат Мичиган, но босс Декстера отказался дать ему возможность совершить поездку. Тогда Декстер принял одно из самых важных решений в своей жизни: бросить свою работу, чтобы строить бизнес, который он мог бы назвать своим собственным.

* * *

«Я научился сосредотачиваться на том, что я хочу, - вспоминает Декстер. - Я должен повернуть всю свою жизнь ко всем тем людям, которые действовали из лучших побуждений по отношению ко мне и думали, что их мечты были лучше, чем мои. День за днем, ночь за ночью я питал мои мечты о будущем».

Успех в семидесятые и восьмидесятые годы был впечатляющим. История Декстера Егера стала легендой из учебника для предпринимателей не только в мире «Amway», но и вне его. Форд-фургон 1955 года выпуска и простой дом в северной части Нью-Йорка были заменены на усадьбу в колониальном стиле в Шартлотте, штат Северная Каролина, и на парк бесценных антикварных автомобилей. Бизнес семьи Егер расширился до сотен тысяч дистрибьюторов, действующих по всему миру. Даже Рич Де Вос, не посторонний в деле успехов, который смог создать «Amway», удивляется тому, что «пять американских президентов приглашали бывшего продавца пива и его жену быть их гостем в Белом Доме».

Большинство из семи детей Декстера и Бирди Егер участвуют в бизнесе. Одна из любимых историй Декстера рассказывает о том, как однажды его дочь пришла домой из колледжа и сказала ему: «Пап, мой профессор по экономике не согласен со всем, что ты говоришь, и он разорился!».

Когда Егеры взобрались на вершину успеха, они никогда не забывали своих корней, жертвуя на длинный список благотворительных дел и открытие лагеря для детей, где учат системе предпринимательства. Жизнь была роскошной и вознаграждалась на многих уровнях.

В октябре 1986 года Декстер испытал удар паралича. Его, парализованного с правой стороны и неспособного ходить, подвергли интенсивному лечению. В больнице Бирди сообщили плохую весть: «Специалисты предостерегали меня, что если Декстер будет жить, он никогда не сможет ходить. Семья и я собрались вокруг его больницы постели. Мы боялись, что этот гордый и энергичный человек будет вынужден лежать на ней до самой смерти парализованный и беспомощный. В лучшем случае мы могли надеяться, что будем сажать его и поднимать из кресла-коляски в

течение оставшейся жизни».

Декстера часто посещала мысль, что он не может больше помогать людям. «Последние двадцать лет я мотался по миру, заботясь о людях, которых любил. Теперь же они должны были помочь мне».

Излияния любви и чувства поддерживали Декстера, когда он лежал на больничной койке. Они приходили к нему в виде тысяч открыток, телефонных разговоров и цветов со всего мира. Декстер поклялся, что снова будет ходить. Он не будет слушать своих докторов и поднимется силой людей, которых он сделал сильными.

Рич Де Вос представляет нам, как это происходило:

В конце 1988 года помещение театра в Северной Каролине было заполнено друзьями и коллегами Декстера и Бирди. План был простой. Бирди подвезет его на коляске на сцену. Он помашет своей здоровой рукой, разделит со всеми несколько слов одобрения, и затем его снова увезут со сцены на коляске...

Потом появился Декстер. Он был не в коляске. Он шел. Это было волочение ноги, еще неуверенный шаг, но он шел, и подавленное настроение ушло, словно занавес. Глаза у людей наполнились слезами, но не печали, а радости и благодарности. Декстер шел.

Дэн Вильяме знал Декстера Егера свыше 30 лет. «Декстер родился служителем, - сказал он мне. - Есть немного вещей, которые вы всегда будете помнить. Я помню время, как всего несколько лет назад, когда Банни и я ехали на собрание в Рио-де-Жанейро. В то время как мы боролись с нашим багажом в аэропорту, Декстер заметил нас издалека и примчался помочь нам с нашими сумками. Представьте - и это после того, как он перенес удар. Там вокруг нас были люди, но именно Декстер Егер бросился помогать нам. Он прирожденный служитель, чем больше вы служите, тем больше приобретаете».

* * *

Когда я размышлял о наблюдении Дэна, то подумал о заголовке, который я увидел недавно на обложке «USA Today» («США сегодня») от 17 мая 1996 года: «Клинтон призывает крупных предпринимателей (президентов компаний, председателей правлений и др.) поделиться благами». Мольба Президента Клинтона была только одним из длинной серии заявлений, прозвучавших из Вашингтона, округ Колумбия. Министр труда Роберт Рейч и лидер меньшинства Ричард Герхард произносили страстные речи, убеждая «доброе корпоративное гражданство», и подогревали предложения изменить налоговый кодекс, чтобы подбодрить тех, кого они считают социально ответственными за отношения в стране.

Для людей «Amway», от семей основателей корпорации до самых

новых дистрибьюторов, речь проповедников из Вашингтона - только хоровое выступление.

Первое собрание дистрибьюторов «Amway», которое я посетил, было сбором средств для кампании по сохранению морских котиков, организованное МАС в Южной Калифорнии. Я хотел поговорить с собравшимися об их бизнесе. Они хотели говорить о морских котиках.

Без звуков фанфар корпорация «Amway» берется за настоятельные социальные проблемы своим уникальным способом, иногда побуждая примером и всякий раз вкладывая свои деньги туда, где находится их потребитель. Где бы она ни участвовала - в глобальных усилиях по оздоровлению окружающей среды, или принимает участие в каких-либо мероприятиях, возглавляемых Организацией Объединенных Наций, или участвует в создании программы работников-учащихся, переписывающихся с учениками начальных школ, компания жила согласно видению Рича Де Воса «благотворительного капитализма».

* * *

«Amway» это глобальная компания, оперирующая многими миллиардами долларов в более чем 90 странах и регионах. Ее основатели и другие высшие руководители — друзья и доверенные лица президентов, королей и капитанов индустрии. Хотя компания никогда не теряла духа добрососедства, который она воплотила в жизнь, когда состояла всего из двух парней и их жен, трудившихся в своих подвалах на окраине Гранд Рэпидса.

Поглядите на влияние «Amway» на Гранд Рэпидс, штат Мичиган. Выйдите из дверей отеля «Amway Гранд Плаза» в центре города, и перед вашим взором откроется арена для спорта и развлечений имени Ван Андела стоимостью в 60 миллионов долларов. Ниже по улице на набережной реки - музейный центр Ван Андела; 39-миллионный проект, в который Джей и Бетти Ван Андел вложили 6 миллионов долларов, а также 700 экспонатов из их коллекции мичиганского художника Рейнольда Вейденаара. Есть также зал Де Воса, центр для сценического искусства и аквариум прибрежной фауны имени Ван Андела при Зоопарке Джона Болла.

Начальная школа Зигсби находится в чистом районе Гранд Рэпидса. В нее ходят 88 процентов детишек из так называемых неблагополучных семей. «Амвэйская» семья «усыновила» школу, создающую программу «Партнеры в воспитании», гарантирующая, что учащиеся приобретут необходимые навыки, разовьют добрые личные привычки и освоят позитивное отношение к жизни. Программа по переписке подбирает пары «учащийся школы Зигсби — работник «Amway». Подобные программы воспроизводятся дистрибьюторами «Amway». Программа «Игрушки Гранд Рэпидса для малышей» также получила поддержку по линии благотворительности «Amway». То же самое получил сиротский

приют в Индонезии и UNICEF (Детский фонд ООН) в Бразилии.

Задолго до того, когда появился День Земли, задолго до того, когда возникло Агентство по защите окружающей среды, корпорация «Amway» разрабатывала продукты и политику, которые имели отношение к окружающей среде. Перефразируя народную песню, можно сказать, что «Amway» был «чистым» раньше, чем появилось «чистое»!

Самый первый продукт, произведенный компанией, был L.O.C., многоцелевое чистящее средство - жидкое органическое средство, содержащее только биоразлагающие ингредиенты и никаких фосфатов. Для защиты чувствительного озонового слоя вокруг земли аэрозольные продукты фирмы «Amway» по всему миру переводились на распыляющиеся ингредиенты, не наносящие ущерба окружающей среде, задолго до введения международного запрета более вредных распыляющихся веществ - пропелентов.

Обязательство «Amway» по защите окружающей среды также было высоко оценено организациями, известными своим не всегда благосклонным отношением к бизнесу - в частности к бизнесу, привлеченному к производству и связанному с консервативной политикой. В 1989 году «Amway» получил Премию ООН программы по окружающей среде в знак признания обязательств компании по экологическому воспитанию юношества.

Национальная Федерация дикой природы в 1991 году выразила одобрение корпорации за ее разнообразные и многогранные усилия по сохранению природы.

Корпоративные пожертвования не новое, а обычное дело. Многие компании ведут себя как добрые соседи и солидные корпоративные граждане. Правда, многие из этих программ пропитаны духом прагматизма и разработаны с учетом сложившихся общественных отношений. Все равно, в результате эти программы (возможно, оплаченные воротилами бизнеса) в конце концов отдадут «деньги других людей» - деньги акционеров (часто по рекомендации фирм, которые создают «корпоративные жертвующие стратегии» для максимального общественного признания). Конечно, это ничто по сравнению с правительством, где избранные официальные лица спокойно тратят наши деньги от налогов на общественные работы и затем ставят свои имена на проекты!

Доллары «Amway» - это реальные доллары, это не деньги других людей. От дистрибьютора до корпорации миллионы долларов, которые отдаются на пожертвования, приходят непосредственно из карманов людей, которые действительно зарабатывают их. Это тяжело заработанные деньги, реальные деньги, которые люди жертвуют с радостью.

Но это больше чем деньги. Amway выстроил целую сеть бизнеса в поддержку движения по сохранению морских котиков. Из-за

ограничений компания вывела из использования животных, предназначенных для испытаний в лаборатории по разработке продуктов, чтобы предотвратить без конца повторяющиеся в процессе экспериментирования травмы на рабочих местах (эргономика). «Amway» опережает время - он лидер, берущийся за социальные проблемы. Компания доказала, что общественное сознание несовместимо со сверхприбылями.

Но все, что было сделано фирмой «Amway» в плане пожертвований, благотворительности и оздоровления окружающей среды, — все это было обеспечено материальными возможностями бизнеса «Amway», которые составляют величайший вклад фирмы в общество. Вам не нужно представлять сведения о происхождении вашей семьи связей на высшем уровне или кучу университетских дипломов, чтобы принять участие в деятельности «Amway». Ваша раса, этническая группа или религия не создадут барьеров для вас.

Формула «Amway» winwin (выигрыш-выигрыш) дала жизнь фразе: «Чем больше вы помогаете людям вокруг вас достичь успеха, тем больше вы преуспеваете». Прямой дистрибьютор тройной «бриллиант» Брайан Хейс рассказал мне о письме, которое один дистрибьютор из его нижнего уровня получил от новой пары дистрибьюторов. Письмо было прямым и откровенным. Оно говорило, что их семья попала в серьезное финансовое затруднение. У них едва хватало денег, чтобы накормить своих детей, но они параллельно вели бизнес в «Amway».

«Мы зарабатываем не так много денег от этого бизнеса, - говорят они, - Но вы знаете? Небольшая сумма денег позволяет нам покупать для детей мясной ланч для сэндвичей. Доход от «Amway» изменил ситуацию, когда мы не знали, сможем ли посылать наших детей в школу с полной коробкой для ланча».

Своими действиями, направленными на улучшение жизни людей или на природоохранные мероприятия «Amway» и бизнес, подобный ему, по-новому освещают смысл капитализма для людей во всем мире.

Нас учили, что даже успешная и создающая материальное изобилие деятельность капитализма построена на этическом принципе капиталистического общества - «собака ест себе подобных». «Amway» изменяет не способ нашего мышления, относительно достижений свободного предпринимательства, а дух, стоящий за ним. Не собака ест собаку. Люди помогают людям.

ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ. МОМЕНТ ИСТИНЫ

Я действительно верю, что люди, собравшиеся сегодня вечером в этом помещении, любят нас, и наши потомки определяют, будет ли в мире свобода в будущем.

*«Посланник короны» Билл Бритт
на собрании свободных предпринимателей
в Нюфолке, штат Вирджиния*

Я никогда не встречался с семьей Дин из Спрингфилда, штат Вирджиния, и по причинам конфиденциальности у меня не было желания контактировать с ними. У меня не было никакого представления, были ли они членами «Amway», или знают ли они, что такое «Amway». Но рассказ Динов о выживании, жертвах и настойчивости, как об этом рассказали средства массовой информации, напоминает нам о том, как неудержимо повсюду зажигается в сердцах людей сильное желание свободы.

7 мая 1996 года последний из шести детей Динов окончил Университет Вирджинии - знаменитый университет, основанный человеком, который хотел остаться в памяти людей просто автором американской Декларации независимости, Томасом Джефферсоном.

Шесть детей иммигрантов, шесть дипломов Университета Вирджинии, и большая часть обучения была оплачена из семейных сбережений.

Тот день в 1996 году казался таким далеким по времени и пространству от 30 апреля 1975 года, когда Сайгон достался коммунистам. Через различные ненадежные пути - из тюрем, в дырявых лодках в лагерь для беженцев - Дины проделали свой путь к новой, свободной жизни в Соединенных Штатах.

Так же поступили миллионы других вьетнамцев. Тысячи умерли в пути - подорвались на минах, когда шли по Камбодже, были убиты пиратами в заливе Таиланда, утонули во время штормов в Южно-Китайском море.

Жизнь в Америке не была простой. Несмотря на их профессиональное образование, мистер и миссис Дин работали, не жалуюсь, на самых не престижных работах, чтобы накормить свою семью. Они располагали свои смены так, чтобы один из родителей мог быть дома с детьми. Один за другим дети с отличными оценками в средней школе поступали в Университет Вирджинии, чем очень гордились родители, которые делали все, чтобы риск и жертвы оказались не напрасными.

Их отец, Тхи Дин, считает, что в этом нет ничего особенного. «Многие люди потеряли веру в то, что они способны на успех - возможно, старой американской мечты больше не существует, - говорит он. - Но если мы приехали сюда действительно не имея ничего

и если оказались способны сделать все это, я думаю, другие люди тоже могут сделать».

«Вы должны иметь большую веру и уважение друг к другу, только тогда сможете сделать то, что должны сделать». Дины никогда не переставали верить в свою мечту, и их мечты никогда не разочаровывали их.

До некоторых пор я считал, что история Динов удивительна и уникальна. Она на самом деле удивительна, но теперь я узнал, что она не единственная в своем роде, а повторяется каждый день в больших и малых городах, на фермах по всей нашей стране и во всем мире. Меняются имена. Различаются детали. Отличаются цвет кожи и религия. Истории остаются теми же самыми. Это история «Amway».

Идеально в возможностях «Amway» то, что вам не надо, как семье Дин, пересекать океан под парусом на дырявой лодке, чтобы присоединиться к фирме «Amway». Этот бизнес не требует, чтобы вы покидали свой дом, вашу собственную работу или вкладывали собственные сбережения. Все, что «Amway» спрашивает и предлагает, это, чтобы вы начали путешествие — путешествие, которое разделите с другими, получая пользу от вашей дружбы, поддержку и мудрые советы. Это путешествие, которое вы можете совершать вместе с вашей семьей, путешествие, которое может изменить вашу жизнь.

Спикер Палаты представителей Ньют Гингрич рассказывает студентам в своем курсе по истории американской цивилизации, что «в Америке свобода быть одиночкой делает возможной свободу объединяться».

Американцы всегда члены каких-либо объединений. Французский писатель Алексис Токвиль заметил это качество молодой дерзкой Америки еще в 1840 году, сегодня это так же верно. Мы свободны оставаться одиночками и свободны объединяться - и поскольку выбор за нами, мы выбираем - объединяться. Управляющий «бриллианты» Глен и Джойя Бейкер обнаружили, что это характерно для «Amway» и для Америки тоже. «Мы узнали, что все они прошли тот же путь, - сказал Глен о других дистрибьюторах в своих группах. - Мы обратили их внимание на то, что мы все вместе в одной лодке и должны лучше грести в одном направлении».

Когда вы принимаете решение начать свой собственный бизнес, чтобы освободиться от капкана работы на кого-то, то тоже становитесь «членом объединения». Вы присоединяетесь к движению, историческому по охвату и глобальному по достижениям. Вы начинаете поступать самостоятельно, но вы едва ли одиночка.

Это движение обусловлено стремлением людей избавиться от зависимости от правительства и больших компаний. Это движение, которое требует определенного потенциала личности, но в то же время подпитывает эту личность поддержкой, обучением, дружбой и любовью. Это движение, которое склеивает разбитые семьи и заново

собирает разбитые мечты. Оно потрясающе просто пересекает континенты и культуры.

В Америке вы можете видеть это движение в поразительном росте самозанятости: 15 миллионов американцев работают на себя. Это составляет 12 процентов всей рабочей силы, возможно, даже 17 процентов.

Вы можете видеть, что это происходит и в мире. Нет более убедительной иллюстрации, чем стремительный рост групп оптимистически настроенных людей каждый раз у дверей фирмы «Amway», когда компания открывает свое подразделение в новой стране.

Мечта яркая, и движение растет, однако не всегда все проходит. Все еще могущественная группа лиц, объединенных общими интересами, органы правительства, ведающие банковской системой, и сборщики налогов работают сверхурочно, чтобы возложить дополнительную ношу на предпринимателей. На новых рынках за океаном пионеры «Amway» должны также преодолевать громадные барьеры, возводимые скептически настроенными и недоверчивыми правительствами. Все они могут создать множество препятствий на пути осуществления мечты.

Уинстон Черчилль сказал об этом лучше: «Некоторые смотрят на частное предпринимательство, как на корову, которую надо доить. Другие смотрят на него, как на цель, в которую надо выстрелить. Немногие видят в нем крепкую лошадь, которая тянет повозку». «Amway» (заимствуя фразу Генри Дэвида Торо) предлагает вам возможность «прицепить вашу повозку к звезде».

Это движение бизнеса, которое отказывается позволить туману негативизма, так преобладающего сегодня, заглушить наши мечты. Вот однажды подслушанный разговор вне класса в одном из больших университетов. Студент спросил преподавателя: «Вы намерены рассказать мне, что самая свободная, самая честная и самая производительная экономика, известная человечеству, основана на частной собственности и мотивах прибыли?». Преподаватель сказал: «Правильно; это называется свободным предпринимательством». Студент возразил: «А разве нет других решений для этого?»

«Сверните вашу газету, выключите ваш телевизор, не обращайтесь внимания на негативизм», - писали Джей Ван Андел и Рич Де Вос двадцать лет назад. Это мудрый совет и на сегодня.

Управляющий «бриллианты» Дэйв и Ян Северн, полагают, что неприятие голоса негативизма крайне необходимо для успеха в бизнесе «Amway». «Никогда не слушайте критику, - говорил мне Дэйв. - Продолжайте идти. В этом ключ».

Северны рассказывают о личном опыте. Тогда, в конце семидесятых, Дэйв был бухгалтером с управляющими функциями, Ян работала секретарем в страховой компании. Была лишь одна

проблема: «Мы шли к разорению со скоростью 100 миль в час, - сказал Дэйв. - Мы были очень глупы, чтобы представлять себе это».

Они знали, что кое-что нужно изменить. Дэйв и Ян работали упорно и играли по правилам. Но у них не было свободы, и они чувствовали, что не было ничего, что светило бы впереди. Их брак ощущал напряжение.

Северны получили шанс взять на себя управление своей жизнью, когда товарищ Дэйва по комнате в колледже через десять лет нашел его в справочнике и показал ему План «Amway». «Но за первые шесть месяцев мы не сделали ничего», - вспоминает Ян. Было так много скептицизма, так много негативизма, и Северны прислушались к этому.

Однако они решили настроиться по-другому. Вскоре сильными и надежными руками Рона и Джорджии Ли Пуриер, направлявших их, бизнес Севернов вырос. Семнадцать месяцев спустя, после того, как они начали, они получили в четыре раза больший доход, чем Дейв получал, будучи бухгалтером.

28 ноября 1978 года - эта дата навсегда останется в памяти Дэйва - он бросил свою работу, чтобы посвятить все время «Amway». «Мы пришли в «Amway», чтобы быть свободными», - рассказывала мне Ян, и теперь Северны радуются свободе уже более 18 лет. «Amway» дает им возможность взять на себя некоторые серьезные семейные медицинские расходы, составлять свое собственное расписание, обеспечить блестящие образовательные возможности для своих детей и делить свое время между их имением в Спокане, Штат Вашингтон, и их ранчо в Айдахо.

«Amway» изменил нашу жизнь, - говорит Дэйв. - И это единственный путь, с помощью которого мы изменим Америку - начиная не сверху вниз, а снизу вверх. То, что делает «Amway», происходит не только здесь, но и во всем мире».

У Роберта Ангкасы, «бриллианта» из Индонезии другой подход. «Большое удовольствие в жизни делать то, о чем другие люди говорят, что вы не можете этого сделать». Он вспоминает время, когда наслаждался пляжами Гавайев и посылал открытки домой всем негативно настроенным людям, которые говорили ему, что он никогда не добьется этого.

«Я очень благодарен негативно настроенным людям-пессимистам, - говорит Роберт. - Они сильно меня стимулируют».

Поездка на те пляжи была очень долгой. Роберт вспоминает свое детство в Индонезии: «Я был третьим из четырех детей в семье и ничем не выделялся. Мой отец проработал 40 лет как наемный работник и не получил никакого признания, когда ушел на пенсию. Когда я увидел этот бизнес, то подумал, что он действительно важен для тех, кто никогда не получал признания. Я не хотел заканчивать свою жизнь так, как мой отец».

Роберт переехал в Австралию и поступил в школу, работая официантом, сборщиком мусора и на многих других работах. «Удача произносится одинаково на всех языках, - говорит он. - Она произносится по буквам Р-А-Б-О-Т-А».

Роберт решил, что будет корпоративным человеком и для него будет достаточно стать тем, кто в конце концов занимает хорошее положение в банке города. Он познакомился с бизнесом «Amway» в Австралии, но как только узнал, что этот бизнес скоро откроется в его родной стране, то решил вернуться домой на родину и строить его там.

Вернувшись в свою страну в январе 1992 года, чтобы подготовиться к открытию рынка «Amway», которое намечалось на конец года, Роберт не нашел ничего, кроме разочарования. Не было никаких брошюр, никаких продуктов, никаких ранцев для бизнеса и никаких учебных материалов. «Люди считали меня мошенником», - вспоминает он.

Он бросился обратно в корпоративный мир. Снова ему было хорошо. «Но мой наставник в Австралии продолжал звонить мне, и таким образом я пытался делать и то, и другое - работать на своей работе и строить этот бизнес. Я спал всего по четыре часа в сутки и научился ненавидеть будильник».

Пока руководство не открыло торжественно Network-21 в Индонезии, Роберт также сталкивался со многими трудностями с властями. Всегда существовала проблема обеспечения надлежащих разрешений, и все следовало правилам. Не раз собрания откладывались, и просто рассылались проспекты. «Они постоянно возвращались обратно, и те, кто оставил их у себя, стали преуспевающими».

Теперь Роберт и его группа в 75 городах Индонезии собирают тысячи людей, чтобы научить их бизнесу. Бедные люди с трудом наскребают деньги, которые им необходимы, чтобы поехать на собрание, ночуя на автовокзалах и все в поисках своей мечты.

«Есть буквально тысячи людей в моей стране, чью жизнь так сильно изменил этот бизнес, - говорит Роберт своим американским друзьям. - Если мы можем делать это в Индонезии, я уверен, что вы можете делать это тоже».

Для Роберта Ангкасы мера его успеха очень простая: «Я больше не пользуюсь будильником!»

История Роберта, похожая на историю Дина, замечательна, но не уникальна. Он долго боролся с препятствиями, упорно работал и поднялся над туманом негативизма.

Внешне, казалось бы, не должно быть так трудно все делать, рассматривая исторически прекрасное время, в которое мы живем.

Подумать только: марксизм, а не капитализм лежит в куче пепла истории. Внуки Ричарда Никсона не живут при коммунизме; внуки

Никиты Хрущева живут в условиях свободы. Берлинская стена разрушена; предприимчивые дельцы продавали куски бетона любителям сувениров. «Век получения разрешений» быстро рухнет под весом собственных порочных предпосылок и обманных обещаний, которые американцы, пожимая плечами, будут обменивать на самозависимость, чтобы жить не в условиях существования в зависимости от правительства, существующих от колыбели до могилы.

Среди руин этих старых империй укореняется новая империя. Империя свободы. Более 3-х миллионов дистрибьюторов «Amway» из всех уголков мира - ее рядовые. Еще миллионы присоединятся строем в марше в двадцать первый век.

Это империя без стен. Ее армия не имеет пушек. Она не стремится завоевывать, а только освобождает от пут неограниченную и всеобщую способность людей мечтать. Ни одна мечта не является слишком большой, нет мечты слишком маленькой, пока вы вместе со своей семьей можете надеяться на себя.

Вы хотите быть участником этого движения? Вы готовы освободить от пут ваши мечты и свое воображение? Вы хотите подвергнуться риску, что вас отвергнут, и подвергнуться критике со стороны профессионалов, всегда говорящих «нет», и циников, идущих рядом всю жизнь? Вы готовы работать упорно и строить свою мечту кирпичик за кирпичиком?

Если ваш ответ «да», тогда вы станете участником исторического движения бизнеса, который перекроит глобальную экономику. Вы станете членом семьи бизнеса, которая распространяет любовь и понимание на всех людей и на все культуры мира. Присоединяйтесь к этому бизнесу, и вы станете посредником в величайшем эксперименте человеческой истории - системе свободного предпринимательства, в которой люди преуспевают, когда они помогают преуспеть другим.

Я посвятил свою жизнь защите свободного предпринимательства, но никогда по-настоящему не понимал его до настоящего момента. Капитализм всегда был для меня прекрасной абстракцией, почитаемой издали и остающейся от вас на достаточно безопасном расстоянии. Я носился с практикующими его, как со знаменитостями, и в то время боялся стать одиночкой. Я могу понять каждого из них, но не себя. Я надеюсь, что вы способны извлечь для себя пользу, оценив современную ситуацию, и воспользоваться поддержкой нынешних героев «Amway», описанных в этой книге. Если они смогли сделать это, почему вы не сможете?

Тройной «бриллиант», прямой дистрибьютор Черри Мидоуз предлагает нашему вниманию несколько простых советов: «Самой большой ошибкой, которую может кто-то сделать, это знать, как делать правильно, но не делать этого. Слишком много людей сидят вокруг нас, желая, чтобы что-нибудь случилось удивительное, в то время как

они должны быть теми, кто делает, чтобы это случилось».

И кое-что об этом однажды сказал Декстер Егер, также повторяя отдающиеся эхом в моей памяти слова: «Мечта нереализованная - это мечта, замурованная самым главным врагом - боязнью неудачи».

* * *

Я знал о капитализме все - от «а» до «я». Я хотел найти его суть и душу. И нашел их. Я надеюсь, что вы тоже нашли.

Свобода. Это самое прекрасное слово в английском языке и в любом языке. Свобода мечтать, свобода смель. Свобода достичь высокого и далекого без боязни. Люди «Amway» готовы протянуть вам руку дружбы и помощи и принять вас в свою дружную семью, как они приняли меня.

ПРИЛОЖЕНИЕ: ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС КОМПАНИИ «AMWAY»

О большом внимании компании «Amway» к этике отношений между людьми свидетельствует Этический Кодекс, которого должны придерживаться все дистрибьюторы при присоединении к бизнесу «Amway». Приведем текст Кодекса.

Как дистрибьютор «Amway» я согласен вести свой бизнес в соответствии со следующими принципами:

Я буду считать «Золотое правило» своим основным принципом ведения бизнеса. Я всегда буду вести себя так, чтобы поступать с другими, как хотел бы, чтобы они поступали со мной.

Я буду оказывать поддержку и следовать Правилам ведения как это установлено в данное время официальными руководствами «Amway» и другой литературе, следуя не только букве, но и духу этих Правил.

Я буду правдиво и честно представлять моим покупателям продукты «Amway» и возможности бизнеса «Amway», а также проспекты и буду делать только такие заявления, какие одобрены в официальной литературе «Amway».

Я буду вежливым и предупредительным при обращении клиентов с любой и всеми жалобами, следуя процедурам, предписываемым официальными материалами «Amway» при обмене товара или возврате денег.

Я буду вести себя таким образом, чтобы показывать только высшие стандарты прямоты, честности и ответственности, поскольку осознаю, что мои действия как дистрибьютора «Amway», имеют далеко идущие последствия не только для моего бизнеса, но отразятся также на бизнесе других дистрибьюторов.

Я приму и буду проводить различные предписанные обязанности дистрибьютора «Amway» (как спонсора, так и прямого дистрибьютора), когда продвинусь до уровней ответственности, установленных в официальной литературе «Amway».

Я буду пользоваться только разрешенной в «Amway» и представленной «Amway» литературой, касающейся Плана продаж и маркетинга «Amway» и продуктов «Amway».

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
ВНИМАНИЮ ЧИТАТЕЛЯ	5
ГЛАВА ПЕРВАЯ. ПУТЬ К ОТКРЫТИЮ	6
ГЛАВА ВТОРАЯ. САМОЕ ЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ, САМОЕ ХУДШЕЕ ВРЕМЯ	15
НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ	16
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	20
ГЛАВА ТРЕТЬЯ. БИЗНЕС В КОРОБКЕ	27
ПЛАН	28
ПРОДУКТЫ	30
ФИЛОСОФИЯ	32
«АМВАУ» И ПОКУПАТЕЛЬСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ	33
КАК ПРЕУСПЕТЬ, НЕ ИМЕЯ ОПЫТА ИЛИ КАПИТАЛА	34
РАНЕЦ	37
ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ. СЕМЕЙНОЕ ДЕЛО	38
УКРЕПЛЕНИЕ УЗ	39
АНГЕЛ-ХРАНИТЕЛЬ БРАТА	41
БОЛЬШАЯ СЕМЬЯ	43
ПЕРЕДАЧА В НАСЛЕДСТВО	47
ГЛАВА ПЯТАЯ. НАПЕРЕКОР ВСЕМ ТРУДНОСТЯМ	50
ВЗЛЕТЫ И ПАДЕНИЯ	50
ОТ АПОКАЛИПСИСА ТОГДА К «АМВАУ» СЕГОДНЯ	51
МЕЧТЫ НЕДОУЧКИ	53
ЧУВСТВО СОБСТВЕННОГО ДОСТОИНСТВА И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ	55
БЕГСТВО ИЗ ЗАХОЛУСТЬЯ... И ОТ ЗАСЕДАНИЙ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ	56
БИЗНЕС ДЛЯ ВСЕХ	57
ГЛАВА ШЕСТАЯ. МЕРА УСПЕХА	59
ГЛАВА СЕДЬМАЯ. ГЛОБАЛЬНОЕ РАСШИРЕНИЕ	69
ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНАЯ СЕМЬЯ	70
САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭКСПОРТ АМЕРИКИ	71
ТОРГОВЫЕ БАРЬЕРЫ? КАКИЕ ТОРГОВЫЕ БАРЬЕРЫ?	72
ГЛОБАЛЬНОЕ РАСШИРЕНИЕ: СТАРАЯ «НОВАЯ ИДЕЯ»	73
ОТКРЫТИЕ РАННЕ ЗАКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ	74
ЕВРОПА И ОБЕ АМЕРИКИ	76

О, КАНАДА!	79
ВЕК АЗИИ	81
АЗИАТСКАЯ СТРАТЕГИЯ «АМВАУ»	86
КИТАЙ И НОВЫЕ АЗИАТСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ	92
ПОДАРОК ДЕТЯМ	93
ГЛАВА ВОСЬМАЯ. РАБОТА КОМАНДОЙ	96
ЗДЕСЬ НЕТ ГЕРОЕВ-ОДИНОЧЕК	97
СИЛА ОТ ПОМОЩИ ДРУГИМ	98
НЕЗАМЕНИМАЯ СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ УСПЕХА	100
ДУША БИЗНЕСА	101
ГЛАВА ДЕВЯТАЯ. БИЗНЕС ВИРТУАЛЬНЫЙ, ДЕНЬГИ - РЕАЛЬНЫЕ	103
СВОБОДА БЛАГОДАРЯ ТЕХНОЛОГИИ	104
ПО ПОВОДУ СВОИХ СОБСТВЕННЫХ СРОКОВ	107
ГЛАВА ДЕСЯТАЯ. РАЗГОВОР СО СКЕПТИКАМИ	108
Я не хочу продавать мыло	112
ГЛАВА ОДИННАДЦАТАЯ. ВЫ НЕ ОДИНОКИ	119
ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ. МОМЕНТ ИСТИНЫ	126
ПРИЛОЖЕНИЕ: ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС КОМПАНИИ «АМВАУ»	133