

#БИЗНЕС
Наставник



Дмитрий
ПОТАПЕНКО

**ЧЕСТНАЯ КНИГА
О ТОМ, КАК ДЕЛАТЬ**

**БИЗНЕС
В РОССИИ**

ПРАЙМ


Издательство
АСТ
Москва

УДК 336.76(075)
ББК 65.262.2я7
П64

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

М69

Честная книга о том, как делать бизнес в России / Дмитрий Потапенко. — Москва : Издательство АСТ, 2017. — 266 с. — (#БизнесНаставник).

ISBN 978-5-17-099208-9

Дмитрий Потапенко — известный российский предприниматель, медиа-личность, экономист, которого знают не только по достижениям в области управления крупными торговыми сетями, но и как харизматичного и прямолинейного оратора.

Книга, которую вы держите в руках, честно, без прикрас и ремарок расскажет об отечественном бизнесе: как он работает и что его ждет в ближайшем будущем. Даются конкретные ответы на конкретные вопросы, а теория — только та, которую можно подтвердить на практике!

Издание достойно стать настольным для начинающих предпринимателей, а знатоки своего дела и просто любознательные читатели найдут множество ярких мыслей, обнаруживающих бизнес в России.

Макет подготовлен редакцией ПРАЙМ

ISBN 978-5-17-099208-9

© Потапенко Д., 2016
© ООО «Издательство АСТ», 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|----|
| Введение | |
| СЕКРЕТ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА, ИЛИ ШОК-ТЕРАПИЯ ОТ ПОТАПЕНКО | 7 |
| Глава 1 | |
| ОТ ГРАФИКА ПОКРАСКИ КРАНОВ ДО «ЧЕРНОГО БАРСА» И СОБСТВЕННОЙ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ | 11 |
| Глава 2 | |
| КАК ВЛОЖИТЬ ОПЦИОН МЕНЕДЖЕРА В КОНКРЕТНОЕ ДЕЛО | 17 |
| Гениальная идея — та, которая нужна клиенту | 19 |
| Предприниматель — это особая логика принятия решений | 22 |
| Малый предприниматель и менеджер — не одно и то же | 22 |
| «Я же владелец!» | 24 |
| Главные враги вашего бизнеса. Кто виноват и что делать? | 27 |
| Халявщик никогда не станет предпринимателем | 29 |
| Откуда «растут ноги» | 31 |
| Возлюби ближнего как самого себя | 32 |
| Начать бизнес в условиях кризиса: реальность или фантастика? | 34 |
| При покупке сверла человек покупает не сверло, а дырку в стене | 34 |
| Теория «стационарного бандита». О патриотизме и не только | 38 |
| Предприниматель — это математическая погрешность в экономике России | 39 |
| Не лучше ли уехать за границу? | 40 |
| Предприниматель — это тот, кто умеет зарабатывать на пикирующем рынке | 43 |

| | |
|---|----|
| Какой бизнес открыть?..... | 45 |
| Стратегии в предпринимательстве в ближайшем будущем | 46 |
| Какие сферы бизнеса перспективны | 47 |
| Не надо ничего изобретать. Копируйте! | 48 |
| Производство или торговля? | 50 |
| Сказка об импортозамещении | 52 |
| Наш маленький шарик | 55 |
| Глава 3 | |
| С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ БИЗНЕС? | 57 |
| Сперва поработайте «наемником» | 61 |
| Бизнес начинается с торговли | 61 |
| Что сначала: образование или стартап? | 63 |
| Новый бизнес начинают там, где другие плохо работают. | |
| Как получить клиента? | 64 |
| Как узнать, чего ждет потребитель | 65 |
| Клиент не всегда прав, но клиент есть клиент | 67 |
| Следуйте за клиентом, а не за трендами | 67 |
| Высокий сегмент и масс-маркет | 68 |
| О важности планирования | 72 |
| Резюме | 74 |
| Описание бизнеса и его клиента | 76 |
| Анализ рынка | 79 |
| Стратегия маркетинга | 80 |
| План производства | 81 |
| Бюджет | 83 |
| Риски | 85 |
| Оценка экономической эффективности проекта | 86 |
| Где взять денег? | 89 |
| Банковские кредиты | 89 |
| Субсидии | 90 |
| Франчайзинг: за и против | 91 |
| Что такое франчайзинг | 91 |
| Специфика франчайзинга в России | 91 |
| Выбирая франшизу, включайте голову | 92 |

| | |
|--|-----|
| Глава 4 | |
| ВСЕ ДЕЙСТВИЯ В КОМПАНИИ ДОЛЖНЫ ПРИВОДИТЬ К ДЕНЬГАМ! ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ | 95 |
| Что такое бизнес-процессы и какие они бывают | 96 |
| Как прописываются бизнес-процессы | 103 |
| Три кита, на которых держится успех любого заведения | 105 |
| Удачное и неудачное расположение объекта | 105 |
| Технологические требования к объекту | 106 |
| Выбор формата | 107 |
| Зарабатывает тот, кто умеет сокращать издержки | 109 |
| Оплата за товар | 109 |
| Арендная плата | 110 |
| Заработная плата персонала | 111 |
| Обслуживание оборудования | 112 |
| Списание | 112 |
| Ассортиментная политика | 114 |
| Продавать не умеете — вон с рынка! | 115 |
| Лучший пиар — это быть профессионалом | 115 |
| Дает ли публичная деятельность монетизацию компании | 117 |
| Как сделать, чтобы в вашем магазине в первый же день вынесли двери | 118 |
| Шесть правил Глеба Жеглова | 119 |
| Что вы должны знать как торговый представитель | 120 |
| Алгоритм действий торгового представителя | 121 |
| Составляйте четкий график акций по сезонам | 122 |
| Глава 5 | |
| РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ | 125 |
| Как набирать команду | 126 |
| Упрощайте бизнес-процессы — нанимайте гастарбайтеров | 127 |
| А как же «наши»? | 128 |
| Системный подход вместо азиатского | 130 |
| О мотивации | 130 |
| Как контролировать персонал. Что делать, чтобы не воровали | 133 |

| | |
|--|------------|
| Как обучать сотрудников..... | 134 |
| Как обосновывать увольнение сотрудников..... | 135 |
| Взаимоотношения в команде..... | 136 |
| Как строить бизнес с партнером..... | 136 |
| | |
| Глава 6 | |
| Ответы на вопросы слушателей семинаров | 139 |
| Россия без «розовых очков»: экономика, политика, бизнес..... | 141 |
| Ритейл | 156 |
| Сетевые бизнес-технологии | 161 |
| Бизнес за границей. Сотрудничество с зарубежными компаниями..... | 163 |
| Политика | 177 |
| Кризис | 189 |
| Перспективы развития различных отраслей на ближайшие годы | 192 |
| Финансы | 210 |
| Налоги | 216 |
| Организация и управление | 220 |
| Планирование | 229 |
| Персонал | 231 |
| Работа с клиентом | 240 |
| Продажи | 246 |
| Реклама | 249 |
| Работа с конкурентами | 250 |
| Успех. «Главное, что меня учит» | 256 |
| | |
| Заключение | |
| Как заработать миллион | 259 |

Введение

**СЕКРЕТ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА,
или Шок-терапия от Потапенко**

Сразу хочу предупредить вас, читатель: я не буду рассказывать вам сказок о том, как, не делая ничего, достичь всего. Вы не найдете в этой книге рецептов, как быстро «срубить» миллион долларов. Я не буду гладить вас по головке и превозносить до небес подобно авторам популярных американских бизнес-пособий (которые пишут их не затем, чтобы научить вас зарабатывать, а чтобы заработать на вас): мол, вы такой умный, талантливый, стоит лишь представить себе картинку в уме — и все произойдет само собой. Ничего этого не будет. Моя книга скорее похожа на удар током. Так что прошу не обижаться. Я всего лишь хочу помочь вам трезво взглянуть на бизнес и себя в нем. Либо понять, что оно вам не надо, — это тоже результат.

Есть одно, что объединяет людей, добившихся успеха в разных областях жизни, будь то медицина, спорт, бизнес или искусство. Если человек много работает, то он становится Пироговым, Плющенко, Потапенко, Пушкиным... Все эти мечты типа «я построю бизнес, который будет работать сам по себе, а я буду греться на солнышке на Мальдивах», настолько же реальны, насколько мечта спортсмена — не тренироваться, но чтобы медали все равно давали.

По щучьему велению ничего не бывает. Успех напрямую зависит от вложенных усилий: тем он больше, чем больше вложено.

За успехами больших компаний лежит большой труд. Чеки на сотни тысяч долларов, выписанные на коленке, — это сказки. В 90 % случаев этому предшествует очень тяжелая работа. Поэтому, если вы действительно хотите начать свой бизнес, вам придется много работать. Или снизить планку, что тоже, кстати, вариант. Ведь «успех» — понятие растяжимое; банка «Балтики-3» каждый вечер — вполне себе успех... по сравнению с бомжем с ближайшего вокзала, который ничего лучше денатураата не пробовал.

Предприниматель — это психологическая характеристика человека и его отношения к делу. Не больше и не меньше. Как человек, прошедший путь от торговли жвачкой до управляющего крупнейшими в России розничными сетями, я знаю, о чем говорю. Плюс ко всему мы не страна, у которой есть рынок. В России на сегодняшний день рынок копеечный. Сравнивать нас с Америкой — все равно что сравнивать «запорожец» с «ягуаром». Мы ездим на «запорожце», и, для того, чтобы из «запорожца» вырасти хотя бы в приличную иномарку, нужно много-много труда, а этого труда — нет. Вот почему в России так плачевно с бизнесом.

Если взять список лидеров рынка 1996 года и сравнить их с лидерами 2016 года, то будет не более 5 % совпадений. Из года в год на каждой бизнес-конференции мы встречаемся с одними и теми же людьми и обсуждаем одни и те же темы. Меняются визитки, названия, логотипы, а фамилии — одни и те же. К сожалению, новых хороших сейлзов не появляется. По-прежнему нет хороших управляющих, которым можно доверить бизнес и которые готовы его строить. И по-прежнему нет толкового обучения бизнес-процессам. Нет у нас пока людей с нужным опытом и настоящих бизнес-кейсов.

Вся современная стартап-тусовка — это грантоежки, которые прыгают с шоу на шоу. Чиновник приходит «наверх» и говорит:

«Нам нужны предприниматели». Осваивает бюджет и создает тусовку. А ребяташки всего лишь изображают из себя молодых Стивов Джобсов, хотя они даже не то что там Стивы Джобсы, они для начала в «Макдоналдсе» должны поработать уборщиками в ночную смену.

Основная проблема России в том, что за сто лет у нас не появилось слово «ответственность». Были ошибки 1905–1917 годов, когда вырезали, по сути, поколение, элиту. Мы, в общем-то, все кухаркины дети, как бы нам ни хотелось искать у себя «голубые крови». На сегодняшний день ответственности нет ни за что, и нести ее люди не хотят. Люди хотят, чтобы им дали в рот соску, воткнули в анабиоз, подключили ко всему, как в «Матрице», — и получать вечный кайф. «Сделай мне хорошо» — единственное их желание.

Хорошо вы будете делать своим клиентам — потом, когда начнете свой бизнес. А сейчас нужно начать шевелиться. Выползать из спячки, много и тяжело работать. Осознать, что от вас что-то зависит. Действовать, рисковать, набирать коммерческий опыт, не бояться совершать ошибки и набивать шишки. Этого выбора за вас не сделает никто, даже самый дорогой бизнес-тренер. Если вы готовы, то с планом, КАК действовать, я вам помогу.

Прошу обратить внимание! Эта книга — не очередной учебник по бизнесу. Это своего рода семинар, где основное внимание уделено не изложению пространных теорий, а разбору ситуаций и проблем, с которым предприниматели сталкиваются каждый день. Итак, добро пожаловать на конференцию молодых предпринимателей!

Глава 3

С ЧЕГО НАЧИНАЕТСЯ БИЗНЕС?

Бизнес начинается с действия. Всегда. Если человек размышляет, сомневается, интересуется бизнесом, но реально ничего не делает, бизнес — занятие не для него. Я называю таких «сочувствующими», или «вентиляторами». Они собирают информацию, ходят на тренинги, пишут комментарии и ставят «лайки» в соцсетях, обсуждают, где были и с кем познакомились, коллекционируют визитки, но никак не могут стартануть.

Человек, как собака: рождается определенной породы. Склонность к предпринимательству, если она есть, проявляется в детстве или подростковом возрасте. Она может быть подавлена родителями или самим человеком, но она либо есть, либо ее нет. Будьте честны с собой. Определитесь, кто вы — предприниматель или «сочувствующий». Первый шаг в бизнесе — сесть собственным задом на раскаленную сковородку. Перескочить этот этап, исключить это звено из цепочки невозможно.

Поймите: это нужно вам. Не стране, не мне. Стране вы не нужны. Маргарет Тэтчер и ее финансисты давным-давно подсчитали, что для обслуживания трубы достаточно 28 миллионов человек. В России проживает 140 миллионов. Мы с вами лишние. Денег

на нашу пенсию в бюджете нет. Просто нам об этом не говорят. А когда скажут, будет поздно.

Нравится вам это или нет, я говорю честно. Жестко, но честно. Если вы сегодня не оторвete пятую точку от дивана, завтра вы будете голодать. Поэтому начните думать о себе, работать на себя, строить свою жизнь. Если, прочитав эту книгу, вы возьмете на себя ответственность за свою жизнь, я буду считать, что моя задача выполнена. Обучить бизнесу невозможно, пока сам не влезешь в него.

Сейчас много «возвышенных» разговоров о мотивации. На мой взгляд, пустая болтовня. Вам же не нужна мотивация, чтобы, к примеру, поесть или снять штаны перед тем, как сходить по нужде. С работой то же самое. Это вопрос отношения. Я не раз задавал себе вопрос: «Что я буду делать в промежутке между рождением и смертью, если не буду работать?» Пить пиво и смотреть телевизор? Не торкает. А вот когда делаешь дело, что-то создаешь — это прикольно. То, что к этому еще и деньги прилипают, — супер. Деньги — не цель. Они не могут быть целью. Это инструмент, как шариковая ручка, с помощью которого можно что-то создать.

Работа для меня — не тяжкая обязанность, мешающая жить, а сама жизнь. Под работой я понимаю любую деятельность — все, чем занимаешься профессионально. Когда вы перестаете разделять жизнь и работу, все встает на свои места. Исчезают сомнения, внешние стимулы становятся ненужными. Мне всегда нравилось заниматься продажами и обслуживанием клиента, вне зависимости от того, в своей компании или в той, куда меня приглашали «наемником». И рост — это эдакий побочный эффект. Мне нравится, что совершенно понятно и объяснимо для мужчины, развивать, распространять и захватывать территории.

Я развиваю компании, строю продажи просто потому, что физически без этого не могу — это потребность. Работа достаточно нудная, кропотливая и не имеющая ничего общего с сидением в красивом кабинете. Да, я получаю удовольствие, когда сижу над кипами бумаг и просчитываю все, вплоть до того, сколько карандашей и ластиков будет на объекте. А потом, наверное, процентов 80 времени провожу «в полях». Смотреть в глаза клиенту — самое главное в нашей работе. И мы регулярно всем офисом выходим и работаем в торговом зале, на кассе, на раздаче. Это нормально и правильно.

Если начинать бизнес ради желания что-то кому-то доказать или купить красивую тачку, квартиру в центре и по полгода отдыхать на Мальдивах, то лучше даже не пробовать. Если вас не прет от всей этой рутины, если вы боитесь договариваться с администрацией, не хотите общаться с проверками и людьми в погонах, ходить по десяткам инстанций, оформляя очередные акты и разрешения, вы не предприниматель — идите наемным менеджером.

С теорией закончили, переходим к практике. Итак, что необходимо делать на старте бизнеса и перед стартом?

Лучше даже не пробовать начинать бизнес ради желания что-то кому-то доказать, купить красивую тачку, квартиру в центре и по полгода отдыхать на Мальдивах.

СПЕРВА ПОРАБОТАЙТЕ «НАЕМНИКОМ»

Прежде чем создавать собственную компанию, необходимо года два-три поработать «наемником» в той области, которая вам интересна, — научиться обслуживать клиента и работать с конкурентом. Эти два умения — главное. Остальное, в том числе и схема взаимодействия с контролирующими органами, налоговой, государством, нарабатывается по ходу, и нет смысла заморачиваться этими проблемами, пока вы не столкнулись с ними вплотную. Занимайтесь собой, своими клиентами, своей семьей. Остальное построится. Если вы пишете за кого-то курсовики, вы уже выясняете, что нужно клиенту, и это уже самозанятость — первый шаг к предпринимательству.

Бизнес начинается с торговли

Тем, кто не знает, с чего начать, я бы рекомендовал идти работать в торговлю. Любой бизнес — это торговля. Производство — это торговля. Любые услуги — это торговля. В обозримом будущем в России перспективны только отрасли, связанные с распространением чего-либо. К сожалению, отношение к торговле осознанно воспитывается государством как к чему-то недостойному. В то время как это ключевой вид бизнеса. Я произвожу замороженные овощные смеси не для того, чтобы набить ими холодильник, а чтобы продать.

Торговля — это не плохо и не хорошо. Купец, торговец — древнейшая, ключевая профессия. Все коммуникации между народами начинались с торговли. Торговля развивает навыки коммуникации. Как говорят в Соединенных Штатах родители

Глава 5.

РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ

Сперсоналом в России дела плохи. Поэтому я посвятил этой теме отдельную главу. В целом ситуация такова: персонала у нас нет, не было и не будет. Демографическая яма продлится еще как минимум 20 лет. Поэтому бизнес-процессы надо затачивать так, чтобы в них было задействовано как можно меньше людей. Это первое.

Второе. Ключевой вопрос не в том, чтобы набрать команду. Вы должны представлять картинку своего будущего бизнеса и понимать, как он работает, — не устаю это повторять. Набрать персонал достаточно просто. Прописывайте функционал, который хотите видеть от каждого сотрудника, начиная от уборщицы и заканчивая финансовым директором. Единственный критерий, которым надо руководствоваться: человек должен обозначенный вами функционал выполнять.

Это два ключевых момента. Остальное — частности.

Как набирать команду

Расскажу, как делаю я.

Я не беру в команду людей с рынка ни на значимые управленческие позиции, ни в офис (который насчитывает всего 54 человека на почти 8000 линейных сотрудников). Все растут снизу, годами

трудятся, чтобы подняться. Если человек справляется со своими обязанностями, берет на себя больше бизнес-процессов и ответственности, он растет.

По человеку сразу видно, как он умеет работать. Видно по взаимодействию с офисом, с программным обеспечением, с клиентами. Толковый сотрудник за 3 месяца поднимается от продавца-кассира до заместителя управляющего объектом. Далее до управляющего объектом или регионального менеджера. Как показывает практика, большинству достаточно управляющего объектом — директора магазина или столовой.

У меня нет молодых гениев, которые после института приходят и садятся греть стул в офисе. Сначала «в поля», потом, если выдержишь, сможешь чего-то добиться. Меня часто этим упрекают: как же так, а сам-то приходил в 20 с небольшим лет сразу генеральным директором. Приходил. Отпахав менеджером по продажам, который сам продавал видеоплееры, сам договаривался об открытии точек и в результате стал вице-президентом представительства Grundig в России. Так и строилась моя карьера — снизу вверх. И только потом я приходил сразу на топовые позиции. То же самое я исповедую у себя в компании и вам советую.

Нижний персонал — это обычная газета. Приходят 50 таджиков, из которых вы выбираете двух.

Упрощайте бизнес-процессы — нанимайте гастарбайтеров

Если вы планируете общепит или ритейл, готовьтесь к тому, что придется нанимать гастарбайтеров, объяснять каждому

Глава 6

**ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ
СЛУШАТЕЛЕЙ СЕМИНАРОВ**

РОССИЯ БЕЗ «РОЗОВЫХ ОЧКОВ»: ЭКОНОМИКА, ПОЛИТИКА, БИЗНЕС

Обучение бизнесу, как я уже говорил, происходит только в режиме вопрос-ответ. Все мои семинары, встречи с предпринимателями — это ответы на вопросы. Я не вижу смысла забивать головы презентациями со множеством цифр и красочных диаграмм. В этой главе собраны наиболее интересующие предпринимателей темы со свежих семинаров, проведенных мною в течение последнего года, не вошедшие в основные разделы книги. Вы найдете информацию по самому широкому кругу вопросов — от выбора наиболее перспективной для бизнеса отрасли до тонкостей составления контакта с китайцами.

Вы в бизнесе с начала 90-х. Когда предпринимателям было легче, проще, комфортнее?

Оглядываясь назад, могу сказать, что самое лучшее время для предпринимателей было тогда, когда о нас меньше всего помнили. Это, пожалуй, время перелома между концом 90-х и началом «нулевых». Почему нам было плохо в начале 90-х, это понятно. Тогда не просто приходилось вести бизнес, но и отбиваться от бандитов. Но потом они перестреляли друг друга и легли на «аллею героев». Правда, от них остался «средний менеджмент», который сегодня нашел свое место в политике. Бандиты в спортивных костюмах и красных пиджаках перестали нами интересоваться, а бандиты в погонах и фуражках еще не стали нами интересоваться. Этот перелом и был тем самым комфортным временем для молодого предпринимательского сообщества новой России. Большая часть компаний, которые сегодня стали успешными, именно тогда и были созданы.

Но в начале «нулевых» постепенно стал формироваться вкус к легким деньгам у людей, которых я называю бандитами в погонах. Они нашли общий язык с теми, кто остался после криминальных войн 90-х. И, объединившись, поняв, чем они могут быть полезны друг другу, снова пошли на предпринимательство. И с середины «нулевых» нам снова стало несладко.

Как выжить на падающем рынке?

На сегодняшний день есть всего две стратегии, которые позволяют компании выживать. Первая: работа с нишами. Вторая: работа с легендой. Все, что касается так называемого среднего формата, должно свалиться в одну из этих сторон.

Работа с нишами — это не просто низкий ценовой сегмент в вашем объеме рынка. Это в первую очередь удовлетворение потребностей низкой ценой и низким продуктом. Грубо говоря, мокрая простыня и вентилятор вместо кондиционера.

Работа с легендой — это долгая, нудная маркетинговая стратегия, когда вы создаете не сам по себе бренд и не ценность бренда или товара, а легенду владения им. Яркий пример — айфоны и харлеи, которые не являются дорогостоящими с точки зрения изготовления, но являются легендой каждый в своем секторе.

Эти две стратегии наиболее разумны на падающем рынке, когда идет стагфляция. При этом ключевым фактором является четкое понимание, какую потребность клиента мы удовлетворяем.

Правда ли, что российский бизнес ориентирован на получение быстрой прибыли, а не на развитие?

Это особенность не российского бизнеса, а Российской Федерации. Если банк выдает вам кредит максимум на 3–5 лет, о чем можно говорить?

Я не могу сказать, что для меня завтра хоть потоп. Ни одно живое существо, в том числе россиянин, не заинтересовано в быстрой смерти. Все заинтересованы в долгой жизни, просто

делают короткие проекты. Проект сработал, отработал — его модернизируют, ликвидируют, продают. Это не вопрос стремления людей к коротким срокам, это следствие навязанной внешними условиями логики. Мы отдали управление собой, своей жизнью каким-то персонажам, и эти персонажи задали нам определенный стиль жизни. Почитайте изречения восточных мудрецов: когда моешь чашку — думай о чашке. У нас этого думания о чашке нет, мы думаем о чем угодно другом.

Что мешает долгосрочному планированию в России?

Мы долго были под татарами. У нас именно такая психология, ханская: налетели, уничтожили, дань за 300 лет собрали, пропили, снова живем в шатрах.

В России, к сожалению, процент ставок по кредитам стал за предельным, поэтому сейчас здесь тяжело развиваться. Хотя сам процесс идет быстрее, так как в объеме можно заработать больше, но — при большем риске.

Сколько процентов малого бизнеса находится в «тени»?

Малый бизнес тем хорош, что он может существовать где угодно.

Около 40 % малого и среднего бизнеса живет «в черную», и эта цифра будет расти. Это не более чем ответная реакция на действия властей. Если феодал относится к крестьянину как к дойной

Заключение

**КАК ЗАРАБОТАТЬ
МИЛЛИОН**

Вопрос, который мне задают чаще всего: есть ли секрет успеха в бизнесе или секретов три/пять/семь? Секрет заключается в том, что волшебных пиллюль не существует. Я понимаю, что очень хочется, как в фильме «Матрица»: принял пиллюлю — и все сложилось. Такого нет, не было и не будет. Если вы хотите волшебную пиллюлю, купите книжку «Как заработать миллион» и сходите на тренинг, который стоит сто тысяч. Я вам даже подскажу, как этот миллион заработать: человек десять таких лохов находите...

Не существует универсального рецепта, как стать предпринимателем. Моя задача — создать информационный поток. Возможно, сейчас вы отложите эту книгу, а в какой-то момент вам захочется к ней вернуться. Возможно, вы поймете для себя нечто важное во время беседы с клиентом или работодателем или что-то привлечет ваше внимание, и вас осенит: да, это мое! Я — просто река. Прочитали книгу, прослушали семинар — взяли из меня стаканчик или ведерочко, напились, — а потом вы, возможно, уйдете в другую реку. Главное, чтобы этих рек было много и вы действовали, а не накапливали информацию в надежде, что однажды количество волшебным образом перейдет в качество. В бизнесе волшебство не работает. Даже само слово «предприниматель» подразумевает действие.

Действуйте! Пускай вас не смущает так называемый кризис. Падает рынок или развивается — для нас, предпринимателей, не столь принципиально. Я проехал с дальнобойщиками по всей России и был в таких местах, которых нет даже на карте Гугл, где дальнобойщики платят за так называемую гостиницу с уличным туалетом типа «ведро» и душем, который таковым можно назвать весьма условно, как за хороший хостел — 600 рублей в сутки. Наш клиент недообслужен. Нам есть куда расти. Главное — найти потребность, которую вы удовлетворяете.

Я хочу, чтобы, прочитав эту книгу, вы сделали выбор. Выбор в пользу себя. Это единственное, к чему я вас призываю. Оторвите от дивана пятую точку, начните строить свою жизнь. И неважно, будет в ней предпринимательство или вы честно признаетесь себе, что вам больше подходит роль наемного управляющего. В России не создана благоприятная среда для того, чтобы вы стали предпринимателем. Потапенко вкалывает 365 дней в году 24 часа в сутки и встает в 3:30 утра, потому что ему нравится так жить. Но я сомневаюсь, что такой стиль жизни подходит всем. Принимайте свои решения, которые приводят к результату, который нужен вам. Результат должен быть для вас. Живите своей жизнью. Это единственный универсальный рецепт, который существует в природе. Успеха!

В апреле 2016 года молодая команда организаторов из Москвы провела тур Дмитрия Потапенко по 10 городам России. Редакция «Прайм», АСТ благодарит команду «ArGon Promo»: Илью Гончаренко, Владимира Арутюнова, Александра Пака за информационную поддержку и профессионализм.