



Олег Павлов

# Скрытые резервы развития бизнеса

Четыре интервью  
с британскими  
миллионерами

Когда-то я наивно полагал, что иностранцы обладают особым знанием того, как нужно вести бизнес, чтобы добиться успеха. Я неоднократно убеждался в том, что я не одинок в своих заблуждениях, встречая многих россиян, которые думали и вели себя также, как я когда-то.

С тех пор «под мостом утекло много воды», как говорят англичане, волею судьбы я провел десять лет в Великобритании, живя в английской семье, окруженный англичанами, впитывая в себя психологию и привычки англичан. Однако мысль о том, в чем же заключается секрет успеха западного предпринимателя не оставляла меня. И я решил так: а почему бы не задать этот вопрос напрямую тем, кто добился серьезного успеха, кто, начав с нуля, заработал миллионы?

Добиться встречи с некоторыми из таких людей оказалось не так и трудно. Ни телохранителей, ни шикарных офисов, ни пренебрежительного отношения я не встретил нигде. Среди действительно богатых англичан не принято хвастать деньгами ни в словесной, ни в предметной форме, что лично мне нравится.

Следует признаться, что сами интервью взяты несколько лет назад. Однако и сегодня эти люди по-прежнему хорошо известны и почитаемы в Великобритании. Некоторые из них по-прежнему входят в ежегодный справочник «Самые богатые люди Великобритании», публикуемый газетой “Sunday Times”.

Всем тем, с кем я встречался, а задавал одни и те же вопросы: «В чем, на ваш взгляд, секрет вашего успеха?», «Каких ошибок вы постарались бы избежать, начни вы все сначала?». Ответы, естественно, были разные и именно этим они интересны.

Я уверен, если вы бизнесмен, вы найдете в этих интервью ответы на некоторые свои вопросы или подтверждение своим мыслям и убеждениям.

Что касается меня, то я теперь твердо знаю: секрет успеха заключается не в какой-то секретной информации, а в самом человеке, его характере. Добиться делового успеха может практически каждый, кто этого действительно хочет.

С пожеланием приятного чтения,  
Олег Павлов,  
2005 год, Великобритания

*Цитата из ежегодного справочника «Самые богатые люди Великобритании 2005 года» газеты «Sunday Times»: Цены на акции компании «Риджус» расположенной в графстве Сари, высоки. Диксон, 45 лет, который основал компанию в 1989 году, имеет в ней долю стоимостью 355 фунтов стерлингов после продажи акций на сумму 29 миллионов фунтов стерлингов, чтобы заплатить за развод.»*

## **Секрет моего успеха**

**Начав с торговли сэндвичами в 16 лет, Марк Диксон сегодня обладает состоянием в 355 миллионов фунтов стерлингов и владеет одной из наиболее быстро развивающихся компаний, предлагающей краткосрочную аренду офисов по всему миру. Марк отвечает на вопросы ОП.**

**ОП: Господин Диксон, как Вы считаете, в чем секрет Ваших успехов в бизнесе?**

МД: Секрет моего успеха в бизнесе - это комбинация трех составляющих: во-первых, ты должен обладать амбициями достичь того, к чему стремишься. Это очень важно для успеха, ты должен очень этого хотеть.

**ОП: Другими словами, ты должен обладать непреодолимым желанием добиться успеха?**

Абсолютно верно. Если ты хочешь просто иметь работу, пожалуйста, вокруг полно работы и ты вполне можешь преуспеть в этом деле, но если ты хочешь заняться своим бизнесом, тебе нужно иметь непреодолимое желание преуспеть, это потребует, когда будет нужно преодолевать возникающие проблемы.

Второе, и это вытекает из первого - это настойчивость. Настойчивость в преодолении проблем и в переходе к следующему этапу развития бизнеса.

Также требуется комбинация двух очень важных составляющих: никогда не почивай на лаврах. Когда компания считает себя самой большой или самой успешной на рынке, возникает самоуспокоенность, которая очень опасна. Вот эта неудовлетворенность сегодняшним положением дел в сочетании с постоянным стремлением к совершенствованию и самого себя, работников и самой компании также очень важна для успеха. Кроме заявления, что ты будешь совершенствовать свой бизнес, нужен конкретный план, как ты собираешься это делать. И надо слушать, все время слушать своих покупателей, конкурентов, свой рынок, экономику в целом.

И последнее по порядку, но отнюдь не по значимости, это то, каким ты видишь свой бизнес, к чему стремишься. Должна быть цель и план. Начинаешь с цели (то, где ты хочешь быть в будущем) и идешь в обратном порядке, разрабатывая детальный план достижения промежуточных целей, который заканчивается и начинается сегодняшним днем.

То есть успех - это в действительности комбинация всех этих отдельных моментов, о которых я сказал.

**ОП: Вы сказали, что очень важно слушать потребителей. Делаете ли Вы это сами или существует специальный отдел в компании, который следит за отношением потребителей, за конкуренцией, за рынком?**

Да, мы занимаемся исследованием потребительского рынка. Однако я сам стараюсь разговаривать с потребителями как можно больше. Например, мы находимся сейчас в одном из наших центров на Баркли Скуэр. Позже я обязательно пройду по нашим помещениям и поговорю с клиентами, узнаю, как дела. Это первое. Второе. У нас есть три различные формы выяснения мнения наших потребителей. Прежде всего это анкета. Она не очень хорошо работает для выяснения того, что хотят потребители, но она очень хорошо работает, когда они недовольны сервисом. Затем, аудит качества обслуживания в центрах. Мы бываем в центрах, разговариваем с клиентами и анализируем результаты. Это проводится группой специалистов. И, наконец, самое важное, мы имеем независимых экспертов, которые приходят в центры и оценивают все с точки зрения потребителя. По окончании они пишут отчет, в котором они отмечают, что хорошо, что плохо. Этот отчет анализируется менеджером и сотрудниками данного центра.

Существует только два способа узнать каково действительное качество обслуживания: либо нанять людей, которые смотрят на все глазами потребителя или говорить с потребителем напрямую. Мы очень часто практикуем и то, и другое.

Также мы практикуем потребительский форум. Мы, например, можем вывезти их на гольф-корт, не играть в гольф, конечно, но обсудить в непринужденной обстановке, как мы можем улучшить свой сервис. Я обычно спрашиваю: «Если бы вы могли получить все, что желаете, чего бы вы хотели?» Это подготавливает ваше видение своего бизнеса и их бизнеса, того, где они хотят быть в будущем.

#### **ОП: Каково Ваше отношение к проблемам в бизнесе?**

Если у вас есть предприятие, но нет проблем, у вас нет бизнеса, и у вас будет очень много конкурентов в самом ближайшем будущем, вы в простом бизнесе, где прибыль будет незначительна из-за сильной конкуренции.

Как я работаю с проблемами? Я их создаю, веришь или нет. Я не могу спать спокойно, если у меня нет проблем, потому что, возвращаясь к моему предыдущему ответу, несмотря на то, что наш бизнес довольно удачен, есть огромное количество различных вещей, которые можно улучшить.

Я не боюсь проблем, я желаю, чтобы они были. Это один из моих любимых вопросов: «Какие проблемы? Можем ли это делать лучше, чем мы это делаем сейчас?» Я спрашиваю об этом всех: от уборщицы до главных директоров центров. Это как подбросить полено в огонь, чтобы он ярче горел. Чем больше проблем, тем лучше.

#### **ОП: То есть Вы рассматриваете проблему, как новую возможность улучшить свой бизнес?**

Да, абсолютно верно. Мы собираем рабочие группы по преодолению проблем. К примеру, если в приемной одного из центров есть проблемы, я соберу 5 самых лучших работников приемных, посажу их за стол вместе с менеджером и скажу: «Дайте мне решение этой проблемы».

Менеджеры не всегда могут правильно решить проблему другого уровня. Это как на конвейере по сборке машин. Работник, который закручивает, допустим, одну гайку, скажет как никто другой, как можно улучшить этот процесс. Может вдруг выясниться, что сам процесс закручивания занимает 30 секунд и 5 минут уходит на подбор нужной гайки. Но никто никогда их не спрашивал, можно

ли уменьшить время на подбор нужной гайки. А кругом все удивляются, что почему-то требуется 5 минут 30 секунд на закручивание одной гайки.

Мы даем нашим рабочим группам очень ограниченное время на изучение проблемы и предложения решения. Им приходится напрягать свой мозг. Все проблемы касающиеся структуры и системы бизнеса могут быть решены подобным образом. Но нельзя слишком долго размышлять. Будешь долго думать, возможность ускользнет. В нашем быстро меняющемся бизнесе это непозволительная роскошь, вот почему нам нужны люди, которые могут принимать решения. Мы даем им возможность принимать и нести ответственность за принятые решения. И мы обучаем работников принятию решений. Иногда они принимают очень плохие решения, но наш бизнес настолько велик, что одно плохое решение не меняет серьезно общую картину. И совершая ошибки эти люди приобретают опыт. Любой может ошибаться. Я ошибаюсь иногда, никто не застрахован от этого.

Если у тебя бизнес без проблем и без работников, которые ошибаются, это значит только одно: в ближайшем будущем ты потеряешь свой бизнес.

**ОП: Если бы Вам пришлось начать все сначала, каких ошибок Вы бы постарались избежать?**

Я бы больше слушал с самого начала.

**ОП: Слушали кого?**

Всех. Я всегда прислушивался к тому, что говорят люди, впитывал в себя их опыт. У меня нет специального бизнес-образования, поэтому для меня очень важно слушать и применять к себе знания других людей.

Как бы я начал все сначала? Самое главное, что я узнал за последнее время - важность сильной управленческой команды. В моих прошлых предприятиях я делал все сам и работал 18 часов в день, 7 дней в неделю и я никогда не уделял достаточно времени обучению работников или анализу бизнеса. Я преуспевал, но я не знал, почему. Я не задумывался о том, как я могу улучшить то, что я делаю, как сделать работу легче и возможно заработать большую прибыль. Я все время бежал и не было времени остановиться с тем, что подумать.

Так вот, если бы начал все сначала, я бы все-таки работал, скажем, 14 часов в день, 6 дней в неделю, но на седьмой день я бы остановился, собрал ключевых работников своего предприятия и мы бы провели день в анализе и обдумывании того, как должен развиваться бизнес. Это вопрос осмысления и планирования бизнеса перед его исполнением. И это является, на мой взгляд, самым главным.

Каждый месяц в «Риджус», мы проводим один день не работая, мы выезжаем куда-либо и обсуждаем наш бизнес. Мы не смотрим в бухгалтерским отчеты, мы обсуждаем то, что и как мы делаем и почему мы делаем это именно так, а не иначе.

**ОП: Считаете ли Вы, что большинство бизнесменов малых и средних по размеру предприятий слишком заняты текучкой и не уделяют достаточно времени осмыслению своих действий и разработки стратегии бизнеса?**

Да, именно так. Но стратегия - это очень опасное слово. Потому что, если бы 15 лет назад, ты сказал бы мне о необходимости стратегии, для меня это не означало бы ровным счетом ничего. Я бы ответил:» Я делаю деньги, мне нужно управлять бизнесом и нет у меня времени говорить о стратегии». Стратегия - неправильное слово, оно, несомненно, правильное для описания, но для малого и среднего бизнеса оно мало что значит. Они проще поймут, если ты скажешь им, что нужно рассмотреть то, что они делают, как они это делают и куда движется бизнес. Глядя в прошлое, и анализируя мои предприятия я вижу, что в одном случае мне сопутствовала удача, в другом случае - нет, и эта было главным, что иногда обуславливало успех или неудачу.

Простой пример. Все компании цепляются за крупного потребителя своего продукта или сервиса. Однако редко кто анализирует, какой процент прибыли принести этот потребитель. Вполне может быть, что следует сконцентрироваться на небольших потребителях, которые принесут больше прибыли.

В прошлом мне сопутствовал успех, потому что я очень много работал, был очень упорен и иногда мне улыбалась удача. Я никогда не отступал, никогда. Но если бы начал сначала и время от времени анализировал то, что делаю, успех был бы значительней и прибыль была бы больше.

Еще я хотел бы добавить, нужно проводить время с людьми и предприятиями, которыми вы восхищаетесь. К примеру, если бы я был русским предпринимателем, я бы именно так и поступил. Вообще-то есть случай в вашей истории, когда именно так и было. Петр Первый, он ведь поехал на голландскую судовой верфь набираться опыта и работал там плотником, познавая как строить суда, как вести весь корабельный бизнес. А затем он вернулся и применил все это в России, сделав Россию мировой величиной. Что есть в России сегодня? У вас прекрасно образованный народ, в большинстве своем умеющий хорошо работать, у вас есть пространство, есть природные ресурсы. Чего нет - это знания современной практики ведения бизнеса. И если к примеру, ты в текстильном бизнесе, поезжай и узнай как работает современное предприятие на Западе, те компании, которые лидируют в бизнесе. Обратись к ним и скажи: «Я русский бизнесмен в текстильном бизнесе, покажите мне как вы это делаете». И часто тебе скажут, да, мы покажем как мы работаем, возможно в будущем мы сможем быть партнерами. И именно так возникают хорошие деловые отношения. Нужно идти и учиться у лидеров. Выставки, конференции также полезны, где вы сможете встретиться и пообщаться с представителями ведущих компаний. Я понимаю, что русскому не так просто выехать за границу, но все равно упорство окупится.

Бизнес становится глобальным. Нужно либо вливаться в глобальный рынок, или глобальный рынок вынудит это сделать. И это касается России, каковы бы ни была ситуация сегодня. В конце концов обстановка стабилизируется и русские бизнесмены будут вынуждены работать на глобальном рынке. Другого выхода нет. Русские компании находятся даже в более выгодном положении. Они могут начать с самого начала, не неся груз традиций. Можно начать малое и прогрессивное предприятие и расширить, вырастить его.

Когда я начал свой пекарный бизнес, я начал с одной машины и работал один, потом я купил две машины, нанял работника, затем я купил более эффективную машину, затем еще более эффективную и затем я приобрел машину выпекающую 20 тысяч булок за час.

**ОП: Вы наверняка знаете ситуацию в России. Какой бы совет Вы дали русскому бизнесмену в такой обстановке?**

Россия - очень сложная страна для бизнеса, прежде всего из-за многочисленных правил и инструкций. В общем для российской экономики, чтобы быть успешной, нужна стимуляция малого и среднего бизнеса, потому что вся экономика, везде, в том числе и у нас, в Великобритании, держится за счет малого и среднего бизнеса. Следовательно, должно быть больше кооперации между правительством и малым бизнесом.

Ситуация очень сложная и очень сложно что-либо планировать, но все равно нужно иметь видение перспективы развития бизнеса, пусть это будет не пятилетний план, пусть это будет трехлетний план с анализом развития бизнеса ежемесячно. Нужно анализировать. Спросите себя: в чем наша сила? Вы сильны вашим образованным народом. У вас есть основные ресурсы. Далее, где твой рынок? Кто потребитель? Внутри страны, за границей? Нужен ли тебе западный партнер для приобретения или использования современных технологий?

И наконец, я бы хотел сказать, что заниматься бизнесом в России наверняка очень трудно и есть много проблем, но есть огромные перспективы. И мой совет - больше думайте и анализируйте. Заниматься бизнесом в России в определенном смысле проще чем в Великобритании. Здесь у вас есть идея и есть еще 50 компаний, которые занимаются тем же самым и у них есть доступ к денежным ресурсам для этого и все остальное. Конкуренция очень сильная на Западе.

Русский бизнесмен может думать, что ему очень трудно в России, но здесь у нас тоже далеко не легко. По другим причинам, естественно, но тоже очень непросто заниматься бизнесом.

**ОП: Спасибо большое за Ваши ответы.**

*Цитата из ежегодного справочника «Самые богатые люди Великобритании 2005 года» газеты «Sunday Times»: Одной из первых удачных книг издательства Дорлинг Киндерсли была книга «Полное руководство по самодостаточности». И теперь кажется понятным то, что 63-летний Питер Киндерсли, основатель этого издательства, управляет фермой, расположенной на 2500 акрах в графстве Беркшир. Он основал издательство в 1974 году, запустил его на фондовом рынке в 1992 году и продал компании Пирсон в 2000 году, получив 105 миллионов фунтов стерлингов за долю своей семьи в нем. После уплаты налогов, инвестиций в ферму и пожертвований, по нашим подсчетам, семья Киндерсли обладает капиталом в 80 миллионов фунтов стерлингов.*

## **Бизнес - это искусство, а не наука!**

«Интервью? Конечно, я вас встречу в 8 утра перед зданием компании, чтобы вы не заблудились,» - сказал Питер Киндерсли, владелец всемирно известного издательства Дорлинг Киндерсли, один из самых богатых людей Великобритании.

Его день начинается в 6 утра с одночасовой медитации по системе йоги, затем он готовит чай для своей жены, которая владеет акциями компании в 15 миллионов фунтов стерлингов и после этого едет на велосипеде в офис на работу (это быстро и полезно для здоровья).

Как и договаривались, встречаемся на улице, затем поднимаемся по лестнице на 3 этаж здания, расположенного в 50 метрах от знаменитого лондонского Ковент Гарден. Офис Питера Киндерсли напоминает книжный магазин, книги лежат практически везде. На большом круглом столе, за которым мы сидим, тоже лежат несколько стоп книг. Я задаю свой первый вопрос:

**ОП: Мистер Киндерсли, ваш бизнес процветает. В чем секрет вашего успеха?**

Очень трудный вопрос... (Смеется). Мы стараемся создать товар очень высокого качества, стараемся как можно лучше удовлетворить потребности наших читателей. И на этом основании мы можем устанавливать более высокую цену. Поэтому мы очень конкурентоспособны. Я думаю - это формула нашего успеха.

Мы могли бы начать с производства гораздо более обычных книги, но это рынок с очень сильной конкуренцией, потому что практически каждый может это делать. Это удача, если вам удалось создать товар очень высокого качества и вы можете его продавать. Это является одним из основных моментов, почему у нас есть возможность развивать наш бизнес в других странах. Вообще говоря, большинство издательств оперируют на принципе производства книг приемлемого качества, но не такого высокого качества как наши книги. Поэтому, когда они видят наши книги им нравится то, что мы делаем, и им хочется быть частью нашего бизнеса.

**ОП: Другими словами вы нашли свою нишу на издательском рынке?**

Мы нашли свою нишу на рынке образовательной литературы. Мы поняли, что инструктивные книги (советы по садоводству, например, и пр.) должны содержать не только советы, они должны также мотивировать читателя. И если вы объедините мотивацию и инструкцию вместе, это может быть довольно успешная бизнес-формула. Людям нравятся красивые вещи и, если есть выбор, они предпочитают выбирать вещи, которые не только полезны, но и красивы.

**ОП: Оглядываясь в прошлое, каких ошибок Вы постарались бы избежать, если бы вам пришлось все начать сначала?**

Мы особых ошибок не делали, но я бы посоветовал другим всегда доверять своей интуиции в бизнесе. Гораздо важнее в бизнесе следовать вашей интуиции, нежели стараться создавать его по науке. Бизнес - это не наука, это искусство.

Другой момент - это риск. Вы можете наблюдать множество компаний, особенно крупных, которые избегают риска. Если вы не рискуете, вы становитесь такими же, как все остальные. В бизнесе очень важно рисковать, если вы к этому не готовы, вам не следует быть в этом бизнесе. Риск - это разница между вами и вашим конкурентом.

**ОП: По вашему мнению, британские бизнесмены не любят рисковать?**

Да, и не только британские. Бизнесмены во всем мире не любят рисковать. Это довольно трудно, особенно когда ваша компания достигает своей зрелости и все идет хорошо, решиться на риск, подвергая опасности уже функционирующий бизнес.

Одну вещь я внушаю всем своим работникам: они должны принимать решения. Если вы не будете принимать решения, вы никогда не научитесь этому. И если вы приняли неверное решение, вы не повторите его в будущем, таким образом получая опыт принятия решений. Вы не можете принимать всегда только правильные решения.

**ОП: Как вы считаете, русская бизнес-психология отличается от британской?**

Сомневаюсь. Бизнес есть бизнес, где бы он ни находился. Многие говорили мне: «Вы должно быть многократно сталкивались с коррупцией и прочими негативными вещами». Нет, ни с чем таким мы не сталкивались в России. Мы столкнулись с бюрократией, это правда, практически везде.

**ОП: Кроме издательства у Вас также есть ферма, где вы выращиваете экологически чистые продукты. Что это - еще одно направление бизнеса?**

Это не столько бизнес, сколько то, что случилось само собой. Мы владеем домом в тех местах уже 25 лет. То и дело земли поблизости выставлялись на продажу. И я покупал эти кусочки. И в конце концов, когда этих кусочков набирается довольно много, надо было с ними что-то делать. И, пожалуй, самое лучшее, что вы можете сделать - это начать возделывать ее. Я, знаете ли, очень интересуюсь природой и мне доставляет удовольствие создавать что-то, что экологически неконфликтно. Нам очень нравится там. Вся наша семья любит туда ездить, работать и отдыхать.

**ОП: Спасибо за интервью и ваше время, Мистер Киндерсли.**

Пожалуйста. Успехов.

*Справка: Тревор Бэйлис – известный британский изобретатель. Сегодня он работает над обувью, которая при ходьбе будет подзаряжать батарею мобильного телефона. Но это не единственное изобретение...*

## **Что общего между радиоприемником и механическими часами?**

Не знаете? Пружина. Никогда не видели заводной радиоприемник? А заводной фонарь? Тогда читайте эксклюзивное интервью с изобретателем и миллионером Тревор Бэйлис. Мы встретились с ним в его доме под названием Райская Студия, расположенном на небольшом острове Угревый Пирог на Темзе, возле городка Твикенхам .

**ОП: Вы очень известный в Великобритании изобретатель. Как Вы стали тем, кто Вы сейчас?**

Прежде всего нужно понимать, что в каждом из нас живет изобретатель. Если у тебя есть какая-то идея, ты на пути к тому чтобы стать изобретателем. И я думаю о нас всех как людях, которые очень разные. И я думаю, причина того, что коммунизм не прижился в нашей стране, в том что мы все очень разные люди. Очень трудно всех «стричь под одну гребенку». У тебя, к примеру, есть свои повседневные проблемы, воспоминания, ассоциации, образование и ты в конце концов становишься

отдельной личностью. Вот именно это делает жизнь прекрасной - факт, что мы все очень разные. Если бы мы все были похожи друг на друга, копиями друг друга, то жизнь была бы невыносимо скучной. Мы бы все были как амебы с мозгами морской звезды.

Итак, на одном конце спектра есть индивидуум со своими уникальными идеями, а на другом есть люди, которые стремятся на этом нажиться. Если у тебя есть хорошая идея, какая-нибудь сволочь обязательно постарается ее украсть. И может это сделать корпоративными средствами.

Есть старое викторианское слово - «порядочность». Простое слово, если ты понимаешь его суть, но, к сожалению, так мало людей применяют его в жизни.

Если мы хотим, чтобы наше общество развивалось, то мы должны признавать способность людей, которая изменяет жизнь. Изобретатели являются изобретателями только потому, что они предприняли практические шаги по отношению к той уникальной вещи, которую они имеют - своей интеллектуальной собственности. Вполне возможно, что идея заводного радио осенила миллион людей, но разница между этим миллионом и мной в том, что я что-то предпринял, я запатентовал эту идею. Потому что никто не будет платить тебе за хорошую идею, но они заплатят за бумагу, на которой закреплены твои права, или еще более вероятно, у вас попытаются ее украсть. Со мной такое случилось много раз.

Идея заводного радио пришла мне в голову, когда я смотрел по телевизору программу о СПИДе в Африке. Показали, как мальчик умирает от этой страшной болезни, родители вне себя от горя на его могиле. Комментатор в заключение говорит, что единственный способ остановить эту страшную болезнь проникающий в Африку - развивать образование и информирование. Самый лучший способ сделать это - через радиовещание. Но есть проблема. Большая часть африканского континента не имеет электричества, а стоимость батареек невыносимо высока. Да и магазинов в джунглях не так много. И почему-то вдруг я представил себя в костюме английского колонизатора где-то в Судане, с джин-н-тоник в руке, слушающего граммофон. И меня осенило: если старая пружина может давать достаточно энергии для того, чтобы я наслаждался музыкой, то почему бы этот принцип не использовать для питания радиоприемника!

Затем я обошел все мыслимые компании и все они отклонили мое предложение, может быть потому, что я выгляжу довольно обыкновенно, может потому что у меня обычное имя и фамилия, не знаю. В конце концов мне это надоело - а у меня самолюбие в размер грузовика - и я решил устроить показуху. Удалось привлечь внимание прессы и попасть в одну из телевизионных программ. Это могла бы быть моей лебединой песней. Однако вышло наоборот. Я получил огромное количество звонков от самых разных людей, которым эта идея очень понравилась. И один из этих людей оказался экономистом. Он сказал: «Слушай, давай договоримся: я помогаю тебе с бизнес-планом, но ты потом поделишься доходом». Вот так это все и произошло.

Пригодилась моя работа в цирке, когда я был молодым, показуха, другими словами. Кстати, я ведь был трюкачом когда-то и одно время даже имел сольный номер в Берлинском театре, проделывал трюк освобождение от пут под водой. Я и теперь все время стараюсь использовать всякую возможность показаться. Чем больше меня видят, тем больше связь моего имени с моим изобретением. После моей смерти люди будут говорить: «А, это тот Тревор Беллис, который изобрел заводное радио».

**ОП: Что является движущей силой во всех ваших изобретениях?**

Мое самолюбие. Не деньги. Я в этом доме прожил 30 лет и нет желания переезжать, отличный дом, который, кстати, я сам построил. У меня отличные друзья, пара катеров, бассейн в доме, что еще можно желать? Ты же не можешь носить на себе два костюма одновременно.

Слушай, я прожил 62 года, это были удивительные годы, я делал то, о чем другие люди только мечтают. И порох в пороховницах еще есть. То, что мое изобретение дало мне - это признание. Радио и телевидение постоянно интервьюируют меня. У меня потрясающей красоты подружки. Есть и деньги, и слава.

Другую вещь, которую я усвоил, встречаясь с разными компаниями по поводу моего изобретения : не страшно если на меня смотрят сверху вниз, но при этом не ожидайте от меня, что я буду смотреть на вас снизу вверх.

Образование не очень много значит само по себе. Важно то, что на выходе. Если ты торговец без образования, это не значит, что ты не можешь делать первоклассную мебель, к примеру. Если ты живешь так как предписано, делаешь то, что делают другие, то когда придется решать проблему, ты выдашь предписанное решение. Так ты не станешь изобретателем да и общество не имело бы прогресса. И перед смертью оглядываясь назад, ты скажешь:»Господи, что же я сделал с моей жизнью!! Если бы только я стал моряком вместо страхового агента!».

Я считаю, что люди, которые пробовали все понемногу тут и там, они имеют богатство опыта, они имеют качество жизни. И они привносят этот многосторонний опыт в свою теперешнюю жизнь.

**ОП: Глядя в прошлое, каких ошибок вы бы постарались избежать?**

Если бы пришлось начать все сначала? Хорошо было бы, если бы еще в школе мне рассказали о ценности моей интеллектуальной собственности, моей ценности для общества, поощряли меня быть индивидуумом с правами, это дало бы мне уверенность в собственных силах начать свое дело. Это ведь требует самоотверженности. В жизни приходится очень быстро научиться распознавать жуликов, с которыми тебе приходится иметь дело. Школа должна давать навыки выживания.

**ОП: Кто главные потребители вашего изобретения, заводного радио?**

По иронии судьбы, мы задумывали этот продукт как наиболее удобный для слаборазвитых стран. Радио сильно количеством слушателей. Поставь приемник в африканскую деревню и его будут слушать 200-300 людей. Поставь его в американскую семью и вернее всего в этой комнате уже есть несколько приемников. И все-таки на первом месте по сбыту идет Америка, затем Европа и только затем Африканские страны. Я думаю, это происходит потому, что доход в Америке и Европе выше, мой приемник - новшество, ну и определенных удаленных частях Америки его нужно иметь на случай, если окажешься отрезанным от всего остального мира в результате стихийного бедствия.

**ОП: Какие другие изобретения есть у вас?**

Другие изобретения используют тот же принцип заводного механизма, например, фонарь. Я доказал, что по такому же принципу может работать компьютер, думаю, когда-нибудь мобильные телефоны и множество других предметов. Удивительно, не правда ли? И опять же, любой мог это придумать, но я предпринял усилия воплотить мою идею в жизнь. И это единственная разница.

**ОП: Я слышал, что вы изобрели довольно большое количество приспособления для инвалидов, это так?**

*Да. Потому что я был трюкачом, у меня много друзей инвалидов, покалечивших себя в цирке. И инвалидность для всех нас находится на расстоянии толщины банановой кожуры. Но я не люблю это слово - инвалид. Мы все инвалиды в определенной степени. Ты инвалид, потому что носишь очки, я инвалид в компании людей, которые могут играть на саксофоне, потому что я не могу. Я изобрел примерно 200 продуктов для инвалидов, включая открывалки банок для тех у кого только одна рука, ножницы, которые приводятся в движение ногами и пр. И департамент здравоохранения написал отчет по этим изобретениям, очень высоко оценив мою работу. Но банк ухватился за эту идею и затем они меня просто «провернули как индюка на вертеле». Стали снисходительно со мной разговаривать, отобрали всю мою интеллектуальную собственность и почти обанкротили меня. К счастью у меня был еще один бизнес - строительство плавательных бассейнов, это помогло мне выжить. Вывод, который я сделал: ты должен на 100% быть уверенным в людях, с которыми ты работаешь. В конце концов мне повезло с партнерами и именно так я заработал свое состояние. Теперь я могу заниматься другими делами, оставляя финансы, принятие решений по производству на них. В недалеком будущем я намерен создать Академию Изобретательства, которая будет оказывать помощь изобретателям в защите их интеллектуальной собственности.*

**Аннушка Проваторов Дюкас, дизайнер и директор компании Links of London:**

Начав в 1989 году с продажи 60 запонок собственного дизайна в форме рыбы, Аннушка создала предприятие, которое сегодня продает свои изделия на многие миллионы долларов во всем мире: Америке, Канаде, Европе, Ближнем Востоке, Азии. В 2005 году компания была удостоена престижной британской награды: «Ювелирный бренд года».

На сайте компании Аннушка говорит: «В прошлом году, когда умер мой отец, он подарил мне кулон, который когда-то принадлежал моей русской матери. Вскоре после этого умерла моя тетя и оставила мне русский крест. Оба этих предмета очень дороги моему сердцу, но как человек, которому они достались, мне нужно было узнать больше об их происхождении. И так началось путешествие...»

Это путешествие вылилось в новую коллекцию Аннушки.

«Коллекция драгоценностей, названная «Аннушка» стала хитом осенью 2005 года. «Аннушка» впитала в себя современность и жизненность русской культуры, - напишет об этом британская пресса.

**Аннушка - английская деловая женщина.**

Аннушка Дюкас любезно согласилась дать эксклюзивное интервью «Английскому Бизнес Клубу».

**ОП: Аннушка, как Вы добились успеха в бизнесе? Была ли это просто удача?**

Несомненно, удача сопутствовала мне с самого начала. Я ведь владела рыбным бизнесом, доставшимся мне в наследство от матери и не собиралась заниматься ювелирным бизнесом.

Мне повезло в том плане, что концепция нашего бизнеса пришла мне в голову в подходящее для этого время. Повезло, что я вовремя разглядела потенциал рынка и не побоялась попробовать воплотить это в жизнь.

Кроме удачи нужна вера в то, что ты делаешь. Эта вера необходима в трудные времена развития бизнеса, тогда, когда никто, кроме тебя не занимается тем, что ты делаешь, когда люди вокруг тебя не верят или не понимают самой идеи твоего бизнеса. Испытываешь большой соблазн отказаться от этой идеи и продавать то, что спрашивают покупатели. Мы могли бы много раз превратиться в один из множества обыкновенных магазинов, продающих подарки. Но мы сконцентрировались на основной концепции нашего бизнеса и, надо сказать, я довольно бескомпромиссна в отношении того, как выглядит товар, как он подается. Вот это я считаю главным ключом к успеху.

**ОП: Потребовалось ли упорство в продвижении вашей концепции бизнеса?**

Да и очень много. Было очень трудно объяснить, что ты хочешь чтобы твой магазин продавал серебро и чтобы покупатель мог выбрать подходящий подарок для матери, мужа, жены, любовника, для любого случая и чтобы они были уверены, что если они заходят в магазин, они уйдут с подарком. Никто этого не делал до нас, я имею в виду по доступной цене.

**ОП: С чего начался Ваш ювелирный бизнес?**

Моя мама попросила меня сделать дизайн подарков для своих покупателей на Рождество. Я сделала рисунки запонок в виде рыбы. Маме нужно было 60 штук, но, чтобы сделать стоимость этой партии приемлемой, мне пришлось заказать 120. Таким образом у меня образовался излишек в 60 пар запонок. В то время я работала в компании по продаже недвижимости, и я использовала мой обеденный перерыв для встречи с менеджером по закупкам магазина Харви Николс (один из самых престижных магазинов Лондона - ред.). Запонки понравились и мне предложили создать еще что-то в дополнение к запонкам, расширить ассортимент моей продукции. Именно тогда я поняла, что мы попали в незанятую никем нишу.

Мы могли производить очень красивые ювелирные изделия по приемлемой цене, поскольку у нас не было высоких накладных расходов, не было магазина, офиса и т.п. Затем мы стали обращаться к компаниям с предложением купить нашу ювелирную продукцию в подарок своим клиентам.

Однако вся наша продукция шла под названием производящей их фирмы и поэтому мы решили создать свою собственную торговую марку. Мы инвестировали сначала, насколько я помню, около 2000 фунтов в корпоративный имидж. Тогда, пожалуй, и начался наш ювелирный бизнес «Линкс ов Ландон».

**ОП: Аннушка, какова главная концепция бизнеса? Выражаясь образно, вы продаете Ролс-Ройс по цене Форда?**

Абсолютно точно. Мы большое внимание уделяем внешнему виду подарка. Ведь подарок - это презентация, обертка, упаковка помимо самого подарка. Люди хотят получить настоящую ценность за уплаченные деньги. Я много внимания уделяю сервису, стараясь стать на место покупателя: если бы я зашла в магазин, что бы я ожидала и хотела видеть. Когда мы открыли наш первый магазин, мы предложили сервис, который никто тогда не предлагал в нашей стране. Это в Америке прекрасно понимают, что такое покупательский сервис, а у нас 5-7 лет назад сервис был ужасный.

Мы открыли наш первый магазин в Сити, в финансовом центре Лондона. Там все спешат. У бизнесмена Сити есть один час для обеда, для покупки подарка, для посещения своего банка, все надо успеть. И мы предложили весь комплекс услуг в нашем магазине. Его подарок будет упакован, он может купить у нас поздравительную открытку, заказать гравировку по серебру, которая будет готова через 24 часа, а не через 10 дней, как это было у наших ближайших конкурентов. Мы все очень заняты. Ты, возможно, только что вспомнил что у друга завтра день рождения, у тебя нет в распоряжении 10 дней. Сервис, по-моему один из главных факторов успеха, не только в нашем бизнесе, это важно в любом бизнесе.

**ОП: Другими словами, вы взяли все проблемы, связанные с подарочным процессом на себя?**

Да. Мы постарались сделать этот процесс как можно проще, без заморочек.

Мы начали с индивидуальных заказов, затем мы снабжали компании бизнес- подарками, занимались оптовым бизнесом, снабжая другие магазины нашим товаром.

Наш первый магазин появился как результат нашей неудовлетворенности теми магазинами, с которыми мы до этого работали. Мы не могли использовать их, чтобы показать концепцию, к которой мы стремились, воплотить ее в жизнь. Наши товары сортировались по различным отделам и не было целостности: запонки в отделе мужской одежды, кольца для ключей - в сувенирном, пепельница - где-то еще. Поэтому мы решили, что единственный способ показать бизнес-концепцию в целом - это открыть свой собственный магазин.

С другой стороны, нам надо было показать лицо компании, с тем, чтобы бизнесмен, дарящий подарок или получающий его, имел представление о том, откуда этот подарок.

**ОП: Чем вы руководствуетесь при выборе места для своего очередного магазина?**

Важно, чтобы это было близко к месту, где бывает много людей. Но вы никогда не найдете наши магазины на главных улицах Лондона. Мы всегда немного в стороне. Мы сознательно не идем на главные улицы, поскольку мы - молодая изысканная торговая марка и мы придерживаемся имиджа эксклюзивности и поэтому стремимся создать чувство открытия нового у покупателя, который нашел наш магазин.

**ОП: Что касается продукции, которую вы продаете, каковы, на ваш взгляд, факторы успеха? Дизайн, сервис, или то и другое?**

Дизайн, конечно, очень и очень важен. Все, что я создаю - выглядит очень просто. Все очень понятно. Когда я начинаю новую вещь, я всегда в уме держу три вещи: доступность, качество и юмор. И если вы попадете в наш магазин, то вы, я думаю, заметите определенное чувство юмора в наших товарах.

Один из самых популярных мотивов - свинья. В любом виде: запонки, фигурки - абсолютно все. Не знаю, может быть это связано с английским чувством юмора, не знаю. Но юмор очень важен для нашей продукции.

**ОП: Если бы вам пришлось начать все сначала, каких ошибок вы бы постарались избежать?**

Я бы все сделала так же как в первый раз. Я думала об этом и мне задавали этот вопрос раньше, но я считаю, мы не сделали каких-то крупных ошибок. Это с самого начала была семейная фирма и мы были очень осторожны во всем.

**ОП: Ваша мать была русской?**

Да.

**ОП: И она тоже была деловой женщиной?**

Да, я думаю предпринимательская жилка у меня от нее. Она всегда занималась бизнесом. Она импортировала лошадей из России довольно долгое время, пока не изменилось законодательство на этот счет. Затем она открыла рыбный бизнес, снабжая рыбной продукцией рестораны Лондона.

**ОП: Что в вашем характере вы считаете русским или вы на сто процентов англичанка?**

О, нет. Я думаю русское во мне - это эмоциональность, прежде всего. Мой темперамент - это тоже русская черта. Когда я теряю терпение (это бывает крайне редко), я действительно его теряю. Мне жаль того человека, который был тому причиной. Это ведь русская черта?

**ОП: Да, я бы сказал, что мы, русские, любим крайности. Аннуншка, спасибо большое за ваше время, успехов вам.**

И вам.

## **ПОСЛЕСЛОВИЕ АВТОРА:**

Ну что же, наверное, можно подвести итог. В чем же, все-таки, секрет успеха? Практически, каждый из бизнесменов сказал, что самое главное - это **непреодолимое желание** преуспеть. У каждого свое понимание успеха, каждый шел своим путем. Но каждый очень хотел этого. Во-вторых, нужна **вера в успех**. Вера – великая вещь, она помогает преодолеть неизвестное будущее. В-третьих, **упорство**. Или, другими словами: «Капля камень точит». Вот и все. Или почти все. Есть еще **везение**. Однако, чаще всего, оно приходит к тем, кто обладает всеми упомянутыми выше тремя достоинствами.

Олег Павлов © 2005