

ИВАН ЗОЛотов

КАК
ЗАРАБАТЫВАТЬ
И НЕ ТЕРЯТЬ
ДЕНЬГИ

Иван Золотов

Как зарабатывать и не терять деньги

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73539463

SelfPub; 2026

Аннотация

«Как зарабатывать и не терять деньги» – практическая книга о том, как устроена деловая жизнь и почему одни люди превращают труд в устойчивый достаток, а другие годами работают без прочного результата. В трех разделах собраны основные законы бизнеса, принципы честного заработка и двенадцать правил личного успеха. Автор показывает, где на самом деле рождаются деньги, как видеть потребности рынка, строить доверие, управлять ценой, считать прибыль, укреплять репутацию и превращать разовый доход в систему. Эта книга не обещает быстрых чудес и легких схем. Она предлагает ясный, строгий и здравый взгляд на работу, деньги, характер и дисциплину. Для тех, кто хочет не просто зарабатывать больше, а выстроить сильное и устойчивое дело.

Содержание

Содержание	6
Раздел I. Аксиомы деловой науки	7
Вместо предисловия	8
Аксиома первая. Дело начинается там, где встречаются два интереса	9
Аксиома вторая. Всякая сделка держится на четырех опорах: клиенте, предложении, исполнении и доверии	10
Аксиома третья. Цена должна оплачивать прошлое, настоящее и будущее	11
Аксиома четвертая. Избыток обесценивает, редкость удорожает	12
Аксиома пятая. Покупают не вещь, а перевес пользы над деньгами	13
Аксиома шестая. Время делает дорогим все, что задержано	14
Аксиома седьмая. Каждое лишнее движение съедает прибыль	15
Аксиома восьмая. Масштаб полезен только организованному делу	16
Аксиома девятая. Начать дело легче, чем содержать его	17
Аксиома десятая. Неполный учет рождает	18

мнимую прибыль	
Аксиома одиннадцатая. Риск должен быть оплачен	19
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Иван Золотов

Как зарабатывать и не терять деньги

Деньги в порядке

*Аксиомы дела, способы заработка и правила устойчивого
успеха*

*«Деньги приходят туда, где создана польза, устроен по-
рядок и поддержано доверие.»*

Содержание

Раздел I. Аксиомы деловой науки 2

Шестнадцать оснований, без которых дело теряет устойчивость.

Раздел II. Как зарабатывать деньги 10

Практика спроса, продажи, качества и повторного дохода.

Раздел III. Двенадцать правил успеха 17

Принципы, привычки и характер, удерживающие успех на длинной дистанции.

Раздел I. Аксиомы деловой науки

Шестнадцать оснований, без которых дело теряет устойчивость.

Вместо предисловия

О делах любят говорить так, будто они живут прихотью случая. Один объясняет успех удачей, другой – связями, третий – тайным даром. Но если долго наблюдать за людьми, товарами, рынками и деньгами, становится видно: в деловой жизни есть повторяющиеся причины и повторяющиеся следствия. Бизнес сложнее геометрии, потому что в нем участвуют не линии и углы, а люди, страхи, надежды, желания, ошибки и время. И все же у него есть опоры.

Я называю эти опоры аксиомами. Не потому, что они превращают мир торговли в точную механику, а потому, что человек, забывающий их, почти неизбежно расплачивается за забывчивость деньгами, силами и репутацией. Аксиома не избавляет от риска. Она лишь не дает принять очевидную ошибку за смелое решение.

Аксиома первая. Дело начинается там, где встречаются два интереса

Пока человек только вынашивает замысел, он еще не в бизнесе. Он в области надежды. Дело начинается лишь тогда, когда появляется вторая сторона: тот, у кого есть нужда, желание, польза, интерес или готовность платить. Можно часами восхищаться собственной идеей, но идея без встречного спроса – это не предприятие, а увлечение, иногда дорогое.

Многие начинают не с потребности рынка, а с влюбленности в свой замысел. Они арендуют помещение, печатают визитки, придумывают громкое название, но ни разу не проверяют, кому и зачем их предложение нужно. Они строят дом прежде, чем убедятся, что на этой земле вообще можно жить. Мудрее поступает тот, кто сначала ищет живую потребность, а потом уже форму для ее обслуживания.

Запомни это крепко: бизнес рождается не из товара, а из обмена. Не из того, что у тебя есть, а из того, что другому это нужно.

Аксиома вторая. Всякая сделка держится на четырех опорах: клиенте, предложении, исполнении и доверии

Одного товара мало. Одного клиента тоже мало. Даже хорошая цена не спасает дело, если обещание не выполняется. В реальной сделке всегда присутствуют четыре силы: человек, который хочет получить пользу; предложение, которое обещает эту пользу; способность исполнить обещание; и доверие, позволяющее людям вступить в обмен без страха.

Если есть предложение, но нет доверия, покупка случится редко и ненадолго. Если есть доверие, но нет качества исполнения, первая продажа обернется последней. Если есть исполнение, но предложение непонятно, покупатель пройдет мимо. Тот, кто смотрит на дело только как на товар, видит лишь четверть картины.

Сильный предприниматель держит в уме все четыре опоры сразу. Он спрашивает себя не только: «Что я продаю?», но и: «Кому?», «Как это будет выполнено?» и «Почему мне должны поверить?»

Аксиома третья. Цена должна оплачивать прошлое, настоящее и будущее

Неверно думать, будто цена – это просто сумма затрат с небольшой наценкой сверху. Цена должна оплачивать не только сырье, аренду и сегодняшний труд. Она должна выдерживать ошибки, простои, возвраты, обучение, износ, развитие и тот запас прочности, без которого дело не переживет первого серьезного удара.

Предприниматель, который ставит цену лишь бы продать, часто хвалится оборотом и втайне теряет устойчивость. Он продает много, устает сильно, шуму вокруг него немало, а в конце месяца оказывается, что бизнес съел сам себя. Такой человек живет не доходом, а отсроченным разорением.

Правильная цена не обязана быть высокой. Она обязана быть честной к реальным расходам дела. Кто не умеет назначать цену, тот в сущности не умеет защищать собственный труд.

Аксиома четвертая. Избыток обесценивает, редкость удорожает

Когда на рынке появляется слишком много похожего товара, цена слабеет. Когда нужное становится редким, цена растет. Это знают все, но забывают именно тогда, когда начинают действовать. Люди бросаются в переполненные ниши только потому, что вчера кто-то там быстро заработал. Они приходят на пир тогда, когда стол уже пустеет.

Из этого следует важный вывод: недостаточно просто выйти на рынок. Надо понимать, насколько твое предложение заменимо. Чем легче тебя заменить, тем слабее твоя власть над ценой. Чем яснее твое отличие, тем выше шанс удержать достойную прибыль.

Поэтому умный бизнес ищет не только спрос, но и пространство, в котором он не станет сотым одинаковым голосом. Иногда редкостью является сам товар. Иногда – удобство. Иногда – скорость. Иногда – порядочность. Но что-то редкое в деле должно быть, иначе рынок быстро превратит тебя в дешевого исполнителя чужой воли.

Аксиома пятая. Покупают не вещь, а перевес пользы над деньгами

Человек расстаётся с деньгами не потому, что ему нравится сам процесс оплаты. Он платит тогда, когда ожидаемая польза кажется ему весомее потери денег. Покупатель берет не стол, а удобство. Не костюм, а вид. Не консультацию, а ясность. Не хлеб, а утоленный голод. Всякая покупка – это сравнение двух ценностей.

Отсюда возникает главный закон продажи: нельзя рассчитывать, что польза понятна сама собой. Ее надо показать, назвать, сделать видимой. Слабые продавцы много говорят о свойствах. Сильные – о результате. Слабые перечисляют детали. Сильные переводят детали в смысл для клиента.

Цена кажется высокой главным образом тогда, когда польза объяснена лениво. Если человек ясно видит, ради чего он платит, сопротивление уменьшается. Кто умеет раскрыть ценность, тот продает легче и дешевле расплачивается скидками.

Аксиома шестая. Время делает дорогим все, что задержано

Лежащий товар дорожает. Медленное решение дорожает. Отложенный ремонт дорожает. Задержавшийся платеж дорожает. Неоформленный вовремя сотрудник, неотвеченный запрос, непересмотренный договор – все это со временем становится не просто неудобством, а расходом.

Время редко выставляет счет сразу. Оно действует тише. Сначала кажется, что задержка ничего не стоит. Потом выясняется, что клиент ушел, партия устарела, конкурент оказался проворнее, команда устала, а деньги зависли именно в ту минуту, когда они были нужнее всего. В деловой жизни медлительность часто притворяется аккуратностью.

Это не означает, что надо суетиться. Суета – плохой советчик. Но нужно отличать обдуманность от промедления. Одно сохраняет деньги. Другое исподволь их вытягивает.

Аксиома седьмая. Каждое лишнее движение съедает прибыль

Все, что приходится переносить, перекладывать, переоформлять, перепроверять и везти по второму кругу, стоит денег. Иногда деньги эти невидимы, потому что спрятаны в часах сотрудников, в усталости, в очередях, в простоях и в ошибках. Но невидимый расход не становится от этого меньшим.

Лишнее движение – это не только транспорт. Это и лишнее согласование, и дублирование документов, и запутанный путь клиента, и бессмысленные встречи, и бесконечные исправления того, что можно было сделать правильно сразу. В плохой системе люди бегают много и производят мало. В хорошей системе движений меньше, а результата больше.

Кто хочет увеличить прибыль, не всегда должен немедленно повышать цену. Часто сначала достаточно сократить лишние переходы между людьми, бумагами, задачами и решениями. Кратчайший путь в бизнесе почти всегда оказывается и самым доходным.

Аксиома восьмая. Масштаб полезен только организованному делу

Большой объем действительно может удешевлять производство и усиливать прибыль. Но только в одном случае: если порядок уже существует. Когда хаос мал, его еще можно не заметить. Когда хаос умножается на большой масштаб, он становится катастрофой.

Есть предприниматели, которые думают, будто рост сам по себе исправит слабости бизнеса. Они верят, что дополнительные продажи закроют беспорядок, а расширение спасет плохую систему. На деле происходит обратное: рост увеличивает все, что в бизнесе уже было – и сильное, и слабое. Если система кривая, масштаб сделает ее опасной.

Прежде чем расширяться, надо добиться повторяемости. Не разового успеха, а способности получать сходный результат снова и снова. Рост приносит пользу не темпераменту, а порядку.

Аксиома девятая. Начать дело легче, чем содержать его

Открытие предприятия часто выглядит как главное событие. Но в действительности открытие – только первый вздох. Затем начинается настоящая жизнь бизнеса: зарплаты, налоги, ремонт, реклама, замены, обучение, возвраты, спорные клиенты, сезонные просадки, усталость команды и собственные ошибки хозяина.

Очень многие рассчитывают старт, но почти не рассчитывают содержание. Они покупают оборудование и забывают про обслуживание. Набирают людей и забывают про текучесть. Снимают помещение и забывают про месяцы слабой выручки. Им кажется, что главное – войти в игру. Между тем разоряет обычно не вход, а неспособность выдержать дистанцию.

Сильное дело строится не на восторге от запуска, а на уважении к повседневным обязанностям. Кто умеет содержать бизнес, тот уже наполовину умеет его сохранять.

Аксиома десятая. Неполный учет рождает мнимую прибыль

Есть люди, которые уверены, что заработали, лишь потому, что после продажи у них осталось что-то в кассе. Но между деньгами в кассе и настоящей прибылью пролегает длинная дорога. На этой дороге стоят налоги, брак, скидки, возвраты, амортизация, аренда, доставка, собственное время владельца, проценты по займам и множество мелких расходов, которые любят прятаться в тени.

Неполный учет особенно опасен тем, что успокаивает. Человек радуется рано, расширяется преждевременно, берет на себя новые обязательства и вдруг обнаруживает, что кормил не бизнес, а иллюзию бизнеса. Выручка умеет производить сильное впечатление на неопытного хозяина. Чистый результат впечатляет меньше, но именно он говорит правду.

Кто хочет быть богатым, а не казаться занятым, должен считать не приблизительно, а полностью.

Аксиома одиннадцатая.

Риск должен быть оплачен

Риск сам по себе не добродетель. Он не заслуживает уважения только потому, что велик. Риск – это цена неопределенности, и соглашаться на него стоит лишь тогда, когда возможная отдача действительно выше обычной. Иначе человек делает не смелую ставку, а глупую.

Во многих делах люди путают мужество с азартом. Они входят в туманные проекты ради обычной прибыли, берут на себя опасность без достойной премии, а затем называют потери “неудачным стечением обстоятельств”. Но нет никакой мудрости в том, чтобы идти по шаткому мосту, если за ним нет ничего, кроме среднего результата.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

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

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