

Механизм притягивания денег

Attention! Вы добились того, что сосед обратил внимание на то, что у вас есть. Теперь его внимание (энергия) связывается с этим предметом стальным канатом. То, что вы только что прочитали, есть формула того, что в бизнесе подразумевается под понятием «клиентура». Анатомию этого механизма объясняет квантовая механика. Но мы не полезем в дебри физики. Отметим лишь одно.

Когда единицы (порции) внимания (ЕВ) какого-то человека направляются подобно лучу прожектора в то место, где находится то, что ему нужно, они там застревают, образуя энергетическую связь между источником внимания (человеком, который хочет) и поставщиком внимания (человеком, который имеет то, что хочет другой).

Когда человек получает искомое и платит за это деньги, он, в сущности, отдает не деньги. Он отдает внимание (в определенном количестве). А деньги — это лишь материальное выражение его внимания. Количество дензнаков всего лишь эквивалент объема чьего-то интереса. Когда количество денег (вид материи) не соответствует количеству единиц внимания тех людей, которые передали эти деньги, возникают проблемы, именуемые кризисом, банкротством или рейдерским захватом. Человек может сетовать на несправедливость или невезенье, не понимая, что суть кроется в несоответствии вышеназванных элементов (бумажные знаки и ЕВ). Просто он взял больше, чем кто-то хотел (отдавая свое внимание) ему дать.

В моей практике насчитывается больше десятка случаев, когда я мог заметить, как работает этот принцип. Вот один из них. На крупный завод была произведена

так называемая рейдерская атака. Я встретился с владельцем этого завода в самый разгар событий. То, что он описывал, было действительно возмутительным. Просто на основании какого-то документа из суда он фактически лишился прав на управление заводом с далеко идущими последствиями — потерей этого бизнеса в принципе. Это был один из самых первых случаев на Украине, и я в тот момент еще не понимал, что это за новое явление — рейдерство — появилось в нашем обществе. А ведь его истоки лежат именно в том принципе, о котором было сказано выше: несоответствие между объемом денег (активов) и объемом внимания. Поясню. Мне хорошо было известно, по какому принципу приватизирован завод этого человека. Думаете, незаконно? Нет. Это была законная операция. Тогда в чем дело? Дело в том, что собственность завода не была приобретена в обмен на единицы внимания тех людей, которые на момент приватизации обладали таким же правом на этот завод, как и его директор. Честная сделка — это равноценный обмен, и если бы можно было посмотреть на нее через какой-нибудь «специальный микроскоп», то можно было бы увидеть, как каждый член коллектива, отдавая свои единицы внимания, приобретал взамен что-то для него ценное. После встречи с этим директором я спросил себя, что ценного получил каждый член коллектива взамен передачи своего права на этот завод его директору? Мой ответ: ничего. Директор завода просто стал обладателем денег (активов), объем и масса которых не соответствовали совокупному объему единиц внимания коллектива, которое было бы добровольно передано в обмен на что-то для них ценное. Эта ситуация касается не всех владельцев. Человек, продавший свой ваучер за бутылку водки, тоже делал выбор. Нельзя все стричь под одну гребенку. Нужно понять сам принцип, который лежит в основе создания этичного бизнеса, — это честный

или равноценный обмен, который не всегда легко подсчитать, поскольку в основе его лежит нематериальный актив: единицы внимания человека. Время от времени мы будем возвращаться к этому на страницах этой книги.

В качестве наглядного примера можно привести такую формулу: 1 рубль = 1 единице внимания. Это, конечно, образный пример, но он отражает самую суть природы денег и механику их приобретения. Деньги, полученные без внимания (согласия), порождают проблему для их приобретателя.

Помните определение? ЕВ представляет собой порции (единицы внимания), которые человек направляет на объекты, представляющие для него интерес.

В следующих главах будет рассказано о том, каким способом притягиваются единицы внимания (притягиваются деньги), создающие правильный энергетический поток развития своего дела, а пока сделаем вывод:

Все, что нужно человеку для успешного бизнеса, — это иметь что-то, что нужно кому-то, потому что оно является магнитом, притягивающим то самое внимание.

То, за что человек готов отдать свои деньги по сути, есть (уже) отданные единицы внимания, в то время как сами деньги еще могут быть не отданными. Но это фактор вторичный, хотя и важный с точки зрения права.

Теперь главное. Сейчас вашему вниманию будет представлен второй элемент механики обретения денег.

То, за что человек готов отдать свои деньги (потому что оно ему очень нужно), имеет определенное название — продукт.

Продукт — это то, чего кто-то хочет. Это товары, работы, услуги, нужные кому-то. Если у вас есть именно это — значит, у вас есть продукт.

Таким образом, суть успешного бизнеса (дела) можно определить как создание продукта (то есть того, что нужно кому-то) и продолжение, продолжение, продолжение и продолжение его создания и усовершенствования. Больше делать ничего не нужно потому, что у вас есть то, что кому-то нужно. А если это так, **ТО УПРАШИВАТЬ КУПИТЬ ЭТО ВАМ НЕ ПРИДЕТСЯ**. Просто делайте свой продукт!

Покажите всем, что у вас есть то, что кому-то нужно, и человека не нужно будет убеждать взять это.

Деньги идут следом за вниманием их владельца и никогда наоборот.

Если деньги идут раньше, чем внимание, — это чаще всего нечестная сделка или преступление.

Если у вас есть картина с красивым пейзажем, написанная рукой мастера, — это еще не означает, что она является продуктом. Продукт — это то, что кому-то нужно, а не то, что просто существует, даже если это красиво.

Итак, свое дело — это деятельность человека или организации людей, производящих продукт и обменивающих его на деньги. Люди отдают деньги только за продукт, в противном случае это криминал.

Бизнес очень легко создать — нужно просто 1) создать продукт и 2) показать его публике, чтобы к вам потекло внимание людей. Это два главных элемента в механизме притягивания денег. Есть специальная формула создания продукта. Как это делается, вы узнаете из следующих глав.

Основные правила ведения бизнеса

Правило № 1. Не стремитесь добывать деньги, а поймите, какой вы создаете продукт (нечто, что кому-то нужно). То есть поймите сам способ приобретения чужого внимания.

ПРИМЕЧАНИЕ

Это правило не относится к тем, кого не интересует аспект развития и (или) получения удовлетворения от труда. Деньги можно добыть и иными способом, чем тот, о котором вы только что узнали, но это будет либо криминальной деятельностью, либо неэтичным поведением. В этом случае кара неизбежна, это вопрос лишь времени и силы ее воздействия. При любых обстоятельствах именно из-за этого фактора в большинстве случаев бизнес (дело) не удастся провести через инкубационный период внесенных инвестиций (усилий) или удержать в конкурентной борьбе.

Правило № 2. Деньги приходят к вам только после произведенного обмена их на что-то ценное (ваш продукт). Другими словами, если у вас нет *продукта*, обмен не может состояться. Следовательно, до тех пор, пока вы не сформируете архитектуру продукта, деньги не пойдут к вам.

В реальной жизни деньги могут приходиться раньше или позже (отсрочка платежа, предоплата), но на тонком уровне деньги — это всегда внимание, и оно всегда отдается за то, на чем это внимание застряло (на продукте).

Правило № 3. Количество денег прямо пропорционально произведенному продукту и обратно пропорционально количеству внимания тех, кому этот продукт нужен.

Если внимательно присмотреться к тому, что происходит, когда человек приобретает *продукт*, можно понять

одну вещь. Это не тайна, но многие часто забывают о ней. Суть: человек никогда не покупает просто шоколад, машину, ремонт или такси. Он всегда покупает то, какую потребность удовлетворяет этот товар, работа или услуга. Другими словами, если женщина покупает светильники на тумбочки в собственную спальню, то она покупает не электроприборы, а уют. Вы можете стать клиентом юридической фирмы, покупая юридические услуги, но вы всегда будете подразумевать, что именно покупаете: законность, «серую схему» или спокойный сон. Когда вы читаете тезис о том, что «Количество денег прямо пропорционально произведенному продукту и обратно пропорционально количеству внимания тех, кому этот продукт нужен», важно помнить контекст понятия «продукт». Это легко сделать, представив внешнюю форму продукта, например автомобиля, и его внутреннюю часть — картинку в уме о том, как группа однокурсников с завистью оборачиваются, видя вас в этой машине. Это, как вы догадались, престиж, а не просто автомобиль. Другие же покупают средство передвижения по сельской местности в период урожая, и тогда на месте престижного авто появляется мотоцикл.

Магия бизнеса

Давайте немного прикоснемся к магии. Ни один успешный бизнес не может обойтись без нее? Делать бизнес (дело) — это не просто администрировать и проявлять трудолюбие. Хороших исполнителей и трудолюбивых людей много, владельцев своего дела — нет. Чтобы создать свое дело, нужно творчество и вдохновение. Это бензин, без которого машина не тронется с места. Если его у вас нет, сначала следует позаботиться о его добыче. Но прежде нужно понять, что именно заставляет включать энергию

вдохновения и творчества. Что именно заставляет бензин воспламеняться? Это мысль. Не научившись ею управлять, свое дело не создашь в принципе. Поэтому остановимся на этом аспекте подробно.

То, что вы только что прочитали, — это недвусмысленное предупреждение, которое имеет простую и ясную суть: прежде чем создавать свое дело (именно в контексте безопасности, удовольствия и развития), необходимо понять саму механику этой жизни и ее сердцевину — мысль. Бизнес (дело) — это составная часть жизни, и без ее понимания бизнес (дело) будет походить на штангу, которая вам не по силам, но которую вы поклялись поднять перед всем светом. Обычно такие попытки заканчиваются плохо.

Но вот что нужно знать. Установлено, что, когда человек мыслит, — он формирует свое будущее. То, о чем он думает, превращается в конкретный материальный вид!

Другими словами, конфигурация вашего бизнеса (его очертания, характеристики, масштаб) в реальном физическом мире произрастает из ваших мыслей. Можно сказать, что тот реальный бизнес, который вы построите, будет соткан из ваших мыслей и представлений о нем.

Далее. Вы уже знаете, что бизнес (дело) нельзя построить без архитектуры продукта, которая как раз и создается мыслью (идеей о продукте). В то же время науке, в частности квантовой физике, известно, что две мысли (два атома, кварка или кванта) не могут занимать одно и то же пространство. Две точки зрения — это две мысли, формирующие разные проекции будущего. Когда человек думает (мыслит) о чем-то (отдает свое внимание этому), он в это время не может думать о чем-то еще. Поэтому, когда человек думает о деньгах, он одновременно не может думать о *продукте*. В результате нет продукта (товара или услуги), потому что продукт всегда сначала рождается в голове (мыслью). Какой же может возникнуть продукт,

если человек бóльшую часть времени мыслит о деньгах? А если нет продукта, то что? Нет оснований получить этичные деньги, поскольку не было создано ничего, что кому-то нужно. И тогда не возникает то, что производит продукт и обменивает его на деньги, — бизнес (дело). Это главный секрет успешного дела. Если присмотреться, можно увидеть следующее.

Качество бизнеса (своего дела) прямо пропорционально качеству мыслей о продукте.

Просто так никто не отдаст свои деньги (и свои единицы внимания)! Их отдают за то, что представляет собой ценность. Этой ценностью является созданный человеком продукт. Но продукт нужно сначала сотворить на ментальном уровне (мыслью), и только тогда он появится в физической реальности. А уже это есть условие для обмена его на деньги. Нужно понять одну важную аксиому в создании бизнеса (дела):

Деньги не делают. Их обменивают на что-то, что является ценностью.

Делают деньги только Монетный двор, фальшивомонетчик или грабитель. Но деньги, которые делают два последних, — это не энергия, а криминальный способ управления массами. А вот настоящую энергию делает продукт (то, что нужно кому-то), который вы придумали (мысль) и создали.

Формула существования бизнеса

Сейчас мы рассмотрим формулу создания любого своего дела, подразумевая, что создаем **систему, производящую**