

Алексеев
Алексей



ЗАКОН БЕНЗОКОЛОНКИ

Алексей Владимирович Алексеев

Закон бензоколонки

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=2884845
Алексей Алексеев. Закон бензоколонки: Москва; 2011*

Аннотация

«В современном мире, где Интернет становится удобной средой рекламы, доставки, а также поступления денежных средств от потребителя к продавцу – правообладателю, одним из важных моментов является вопрос установки «справедливой» цены за продукт. Ошибка в ценообразовании может перечеркнуть все усилия по созданию интернет-магазина, программного продукта, кинофильма, фантастического романа и т. п. Данная книга поможет творцам интеллектуальной собственности установить правильную цену на свои произведения, а следовательно, спланировать бюджет, необходимый на их создание и продвижение...»

Содержание

Вступление. Для кого эта книга.	4
Что даст вам знание этого закона и его следствий?	6
Предисловие	7
О СМИ и прогрессе	8
Небольшая ретроспектива событий	11
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Алексей Алексеев

Закон бензоколонки

Вопрос: «Как правильно говорить, мАркетинг или маркЕтинг?»

Ответ: «МаркЕтинг – это когда у директора по маркетингу зарплата до 5 тыс. вечнозеленых в месяц,

мАркетинг – это когда она выше».

Алексей Алексеев (из беседы с бизнес-партнерами)

Вступление. Для кого эта книга.

Существует давняя педагогическая задача. Исходные условия: семья со скромным достатком, где мальчику исполняется пять лет, и на день рождения бабушка дарит деньги, которых хватит либо на приобретение сандалий, либо на классную машинку – зависть всех друзей по песочнице. Очень часто задача решается следующим образом: с мальчиком проводится беседа о полезности сандалий, с чем он, конечно, соглашается (воспитанный мальчик), и родители говорят, какой у них взрослый сын. Повторюсь, речь не идет об истерике в магазине, где ребенок выпрашивает игрушку. Речь идет о деньгах, которые появились буквально из воздуха и были предназначены на подарок ребенку, т. е. о целе-

вом финансировании. (Кстати, в любом государстве нецелевое расходование средств является уголовным преступлением.) С точки зрения родителей, купивших сандалии, – они поступили правильно. С точки зрения мальчика – произошло нецелевое расходование средств, потому что нормальные мальчики до подросткового возраста не считают шмотки за подарок. Подарком они считают «никому не нужную хрень разовой необходимости». Так вот, если вы производите или торгуете «машинками» или, по-другому, – товарами «разовой необходимости», то эта книга для вас. Книга посвящена эмпирическому закону, на котором выстроена торговля товарами «разовой необходимости», – «закону бензоколонки». Вы убедитесь, что этот закон используется торговцами в киосках, производителями всего того, что может быть расфасовано, а также при продажах контента в Интернете.

Что даст вам знание этого закона и его следствий?

1. Зная его, вы сможете вычислить максимальный уровень своего заработка.
2. Вы будете смотреть на мир реальными глазами.
3. Вы сможете правильно спланировать бюджет и убедить инвесторов вложить их средства в ваш проект.
4. Не будете продавать ваш товар дешевле его справедливой цены
5. Сможете зарабатывать не только на производстве товаров «разовой необходимости», но и на сопутствующих услугах.
6. Выстроите правильную стратегию борьбы с пиратами или даже перетянете их на свою сторону.

Предисловие

В современном мире, где Интернет становится удобной средой рекламы, доставки, а также поступления денежных средств от потребителя к продавцу – правообладателю, одним из важных моментов является вопрос установки «справедливой» цены за продукт. Ошибка в ценообразовании может перечеркнуть все усилия по созданию интернет-магазина, программного продукта, кинофильма, фантастического романа и т. п. Данная книга поможет творцам интеллектуальной собственности установить правильную цену на свои произведения, а следовательно, спланировать бюджет, необходимый на их создание и продвижение. И, я надеюсь, кроме морального удовлетворения сможет принести своим авторам доход, который позволит от детской игры «что я буду делать, если у меня будет миллиард рублей» перейти к ее практическому исполнению. В этой книге я очень старался избегать иностранных слов «концепция» и «бихейвиоризм», но не смог избежать? слова «контент», которым я буду обозначать продукты интеллектуального труда. Являются ли они произведениями искусства, я выношу за рамки книги, чтобы избежать споров, является ли таковым «квадрат Малевича».

О СМИ и прогрессе

Если посмотреть на историю, ясно видно, что появление новых средств массовой информации (далее СМИ) вызывало скачки развития общества, приводило к революциям, переделу мироустройства. Первыми СМИ можно считать не узелковое письмо или клинописные таблички, а храмы. Смену религий можно также расценивать как смену ключевых СМИ. Именно в храмах до населения доводилась воля центрального аппарата. Человек, не посещающий храмы, казался подозрительным и не мог претендовать на положение в обществе и в Древней Греции, и в Древнем Риме, и в средневековой Европе, и в царской России, где для того чтобы занять государственную должность чиновник должен был быть либо православным, либо правоверным. Причем несложно понять, что церковь с механизмами исповеди – это СМИ с обратной связью. Конечно, функциями СМИ деятельность религиозных институтов не ограничивается, но их стоит признать наиболее важными. Вот почему призывы к православию (или другой религии) и возвращению к истокам сегодня слабо работают: церковь является старой технологией, со старыми форматами подачи информации, малым охватом и ничтожным временным воздействием (экспозицией) на население. Хотя не стоит закрывать глаза на тот факт, что в большинстве случаев старые СМИ не уходят полностью, а

продолжают работать, уступая часть своей территории новым технологиям, но как только условия позволяют – мгновенно пытаются отыграть потерянное. Как правило, это происходит во время сильных потрясений, таких, как войны, революции, или в тех областях, где население удалено от технологий. Даже сейчас есть области, где религиозные институты довольно сильны. Например, армия, где у солдата ограничен доступ к телевидению, Интернету и другим видам СМИ. Если же ведутся боевые действия, то позиции церкви существенно усиливаются, не только потому, что «в окопах атеистов нет», но и благодаря тысячелетиям опыта, накопленного религиозными институтами во время бесконечных войн.

На всех этапах развития общества новые СМИ возникали на переломных этапах развития. В течение некоторого периода они функционировали без присмотра государства, так как выпадали из законодательной базы и способствовали уничтожению старых режимов. Естественно, впоследствии разрабатывалась законодательная база, и «новые» СМИ попадали под цензуру и становились рупором правящих слоев. Были и исключения. Например, телевидение в СССР сразу попало под строгую цензуру, но в эпоху «перестройки», когда цензура ослабла, закон развития вернулся на нужный виток спирали, что и подтвердили события 1991 года.

Двадцать лет назад возникло новое средство массовой информации – Интернет. В отличие от книг, радио и телевидения Интернет по своим качествам близок к церкви, так как

решает не одну задачу, а множество.

Небольшая ретроспектива событий

Первый век нашей эры – возникновение христианства и расцвет римской империи.

313 год – прекращение гонений на христиан.

476 год – падение римской империи.

Книгопечатание в Европе (1458 год) – раскол в церкви (первое выступление Мартина Лютера в 1517 году, отделение английской церкви от католической – 1534 год).

Книгопечатание в России (1564 год – выход первого «Апостола», правда, массовое издание книг началось лет на 50 позже) – раскол в церкви (1652 год – церковная реформа Никона).

Появление первых газет (1609 год в Германии, 1624-й – в Англии) – первые буржуазные революции (гражданская война в Англии 1641-1660 гг.).

Распространение радиовещания совпадает с зарождением тоталитарных режимов Сталина и Гитлера.

Эпоха свободного телевидения совпала с падением колониальных режимов (1945-1980 гг.). Анализ вьетнамской войны ряда исследователей показал, что США проиграли ее из-за собственных СМИ, Вьетконг был близок к падению несколько раз. Правда это или вымысел – на совести исследователей.

дователей, но и в России в развал СССР (1991 год) и поражения в первой чеченской кампании «свободное» телевидение внесло немалую лепту. Эпоха Интернета также не отличается спокойствием в мире: экономические потрясения 2008 года, война в Осетии, нестабильность в Европе, смещение правящих режимов в арабских странах, преддефолтная ситуация в США летом 2011 года....

Во многих странах власти признают, что законодательство отстает от скорости развития Интернета, например, в этом признался президент России Дмитрий Анатольевич Медведев 23 июня 2011 года в своей речи на запуске нового канала Russia Today Documentary¹. В связи с этим можно сказать, что мы живем в эпоху больших перемен. И именно поэтому, несмотря на то что «закон бензоколонки» справедлив практически для любых видов услуг и товаров, основная часть примеров, которые я приведу далее, будет касаться Интернет-среды.

История знала немало примеров "откатов", когда «новые» СМИ искоренялись самым жестоким образом и в древнем Египте, и в Риме, да и в современном мире, но исторический процесс неумолим. Люди начинают жить лучше в материальном плане. Борьба за пропитание теряет остроту. **Появляются новые, порой надуманные потребности.** Я не буду перечислять все, иначе получится многотомник, выделю лишь две наиболее интересные: спрос на развлечения

¹ См. http://www.rian.ru/ria70_news/20110623/392156921.html

и спрос на познавательную информацию. Кстати, на заре книгопечатания во Франции лидерами книжных рейтингов, кроме религиозных бестселлеров, были издания порнографической направленности и любовные романы (развлечения), а также байки путешественников о заморских землях (информация познавательного плана). В современной России наблюдается страшный перекося всех СМИ в сторону развлекательной составляющей при неудовлетворенном спросе со стороны пользователей на познавательную. Данный перекося позволяет неплохо зарабатывать таким журналам, как «Вокруг Света» и «Популярная механика», несмотря на уход платежеспособных читателей в Интернет который со всеми его плюсами и минусами с каждым днем становится все более влиятельной силой.

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.