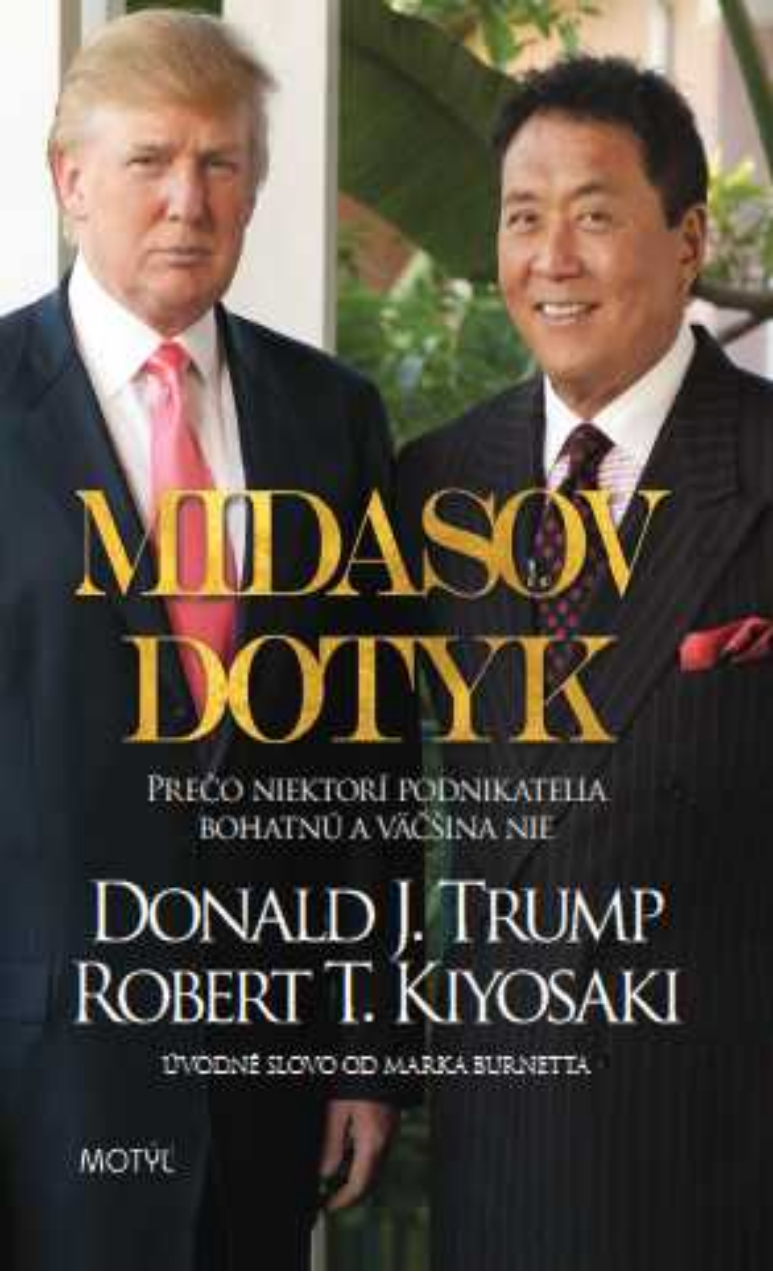


The book cover features a photograph of Donald Trump and Robert T. Kiyosaki. Donald Trump is on the left, wearing a dark suit, white shirt, and a bright pink tie. He has a serious expression. Robert T. Kiyosaki is on the right, wearing a dark suit, white shirt, and a patterned tie. He is smiling. The background is slightly blurred, showing some greenery.

MIDASOV DOTYK

PREČO NIEKTORÍ PODNIKATELIA
BOHATNÚ A VÄČŠINA NIE

DONALD J. TRUMP
ROBERT T. KIYOSAKI

ÚVODNÉ SLOVO OD MARKA BURNETTA

MOTYL

MIDASOV DOTYK

MIDASOV DOTYK

PREČO NIEKTORÍ PODNIKATELIA
BOHATNÚ A VÄČŠINA NIE

DONALD J. TRUMP A ROBERT T. KIYOSAKI



VYDAVATEĽSTVO MOTÝL

Copyright © 2011 by Donald Trump and Robert T. Kiyosaki
This edition published by arrangement with Rich Dad Operating Company, LLC
Translation © Mgr. Milivoj Voltner
Design © Motýľ design 2012
Slovak edition © Vydavateľstvo Motýľ

ISBN: 978-80-89482-59-7

Venovanie

*Podnikateľom dnešnej doby, ktorí bojujú, usilujú sa a sú úspešní,
ako aj podnikateľom zajtrajška, ktorí vidia príležitosti tam, kde iní
vidia iba prekážky...*

*Všetkým smelým vizionárom, ktorí zanechávajú svoj jedinečný
odtlačok Midasovho dotyku na ekonomickej scéne nášho súčasného
sveta.*

OBSAH

<i>Poznámky a poďakovanie autorov</i>	<i>11</i>
<i>Úvodné slovo – Mark Burnett</i>	<i>13</i>
<i>Predslov: Rojko alebo podnikateľ?</i>	<i>15</i>
<i>Úvod: Podnikatelia sú rôzni</i>	<i>19</i>

Prvá kapitola

<i>Palec: Sila charakteru</i>	<i>23</i>
<i>Premeňte smolu na šťastie – Robert Kiyosaki</i>	
<i>Keby nebolo prekážok – Donald Trump</i>	
<i>To podstatné na záver: Sila charakteru</i>	
<i>Čo je potrebné si zapamätať a urobiť</i>	

Druhá kapitola

<i>Ukazovák: Sústredenosť a zameranie</i>	<i>71</i>
<i>Sústredenie v boji, v podnikaní, v živote – Robert Kiyosaki</i>	
<i>Sila sústredenia – Donald Trump</i>	
<i>To podstatné na záver: Sústredenosť a zameranie</i>	
<i>Čo je potrebné si zapamätať a urobiť</i>	

Tretia kapitola

<i>Prostredník: Obchodná značka</i>	<i>119</i>
<i>Pravé či falošné? – Robert Kiyosaki</i>	
<i>Čo znamená dobré meno vašej značky? – Donald Trump</i>	
<i>To podstatné na záver: Obchodná značka</i>	
<i>Čo je potrebné si zapamätať a urobiť</i>	

Štvrtá kapitola

<i>Prstenník: Vzťahy</i>	<i>167</i>
<i>Riziko partnerskej spolupráce – Robert Kiyosaki</i>	
<i>Kľúčom sú pevné vzťahy – Donald Trump</i>	
<i>To podstatné na záver: Vzťahy</i>	
<i>Čo je potrebné si zapamätať a urobiť</i>	

Piata kapitola

Malíček: Malé veci, ktoré sa rátajú..... 207

Malé veci sú veľké veci – Robert Kiyosaki

Luxus a detaily – Donald Trump

To podstatné na záver: Malé veci, ktoré sa rátajú

Čo je potrebné si zapamätať a urobiť

Doslov 265

SILA CHARAKTERU
PREMENITE SMOLU NA ŠŤASTIE

SÚSTREDENOSŤ A ZAMERANIE
ZVOĽTE SI JEDEN SMER,
KTORÝ VÁS PRIVEDIE AŽ K ÚSPECHU

OBCHODNÁ ZNAČKA
ČO REPREZENTUJETE

VZŤAHY
NEMÔŽETE UZAVRIEŤ DOBRÝ
CHOD SO ZLYM PARTNEROM

**MALÉ VECI,
KTORÉ SA RÁTAJÚ**
ČO ROBIA ÚSPEŠNÍ
PODNIKATELIA A INÍ NIE?



SPRIEVODCA ROZVÍJANÍM VAŠICH SCHOPNOSTÍ
MIDASOVHO DOTYKU
DONALD J. TRUMP & ROBERT T. KIYOSAKI

**Od Donalda J. Trumpa a Roberta Kiyosakiho,
autorov úspešnej knihy**

***Prečo chceme, aby ste boli bohatí
Dvaja muži – jedno posolstvo***

POZNÁMKY A POĎAKOVANIE AUTOROV

Chceli by sme sa poďakovať všetkým ľuďom, ktorí prispeli k nášmu celoživotnému nadšeniu pre vzdelávanie v oblasti podnikania. Bez nich by táto kniha, založená na našich skúsenostiach, nikdy nemohla vzniknúť.

Rovnako by sme chceli vyzdvihnúť aj prínos našich vzletov a pádov, úspechov a zlyhaní, pretože bez rovnováhy svetlých i tienistých chvíľ v našich životoch, ktoré zo sebou prinášajú osobný aj profesijný rast, by sme dnes neboli tam, kde sme.

Zvláštne poďakovanie patrí Meredith McIverovej a Kathy Heasleyovej, ktoré nám poskytli redakčnú pomoc. Takisto by sme chceli poďakovať Allenovi Weisselbergovi, Michaelovi Cohenovovi, Rhone Graffovej, Jonathanovi Grossovi a Kacey Kennedyovej zo spoločnosti The Trump Organization a Mikeovi Sullivanovi, Mariane Van Dykeovej, Anite Rodriguezovej, Michelovi Joeovi, Rhonde Hitchcockovej a Mone Gambettovej zo spoločnosti Rich Dad a vydavateľstva Plata Publishing. Ich spoločné úsilie a všeobecný prehľad z oblasti podnikateľskej činnosti pomohli premeniť našu počiatočnú víziu o knihe *Midasov dotyk* na skutočnosť.

Na záver by sme chceli poďakovať všetkým podnikateľom, ktorí prichádzajú s niečím novým, riskujú a prekonávajú každú prekážku, aby zlepšili svoje životy, životy svojich rodín, ako aj životy miliárd ľudí na celom svete.

Nie je nič ušľachtilejšie ako podnikanie a my vám tlieskame za vaše úsilie, úspech a za váš prínos nášmu svetu.

ÚVODNÉ SLOVO

Mark Burnett

Podnikatelia disponujú jedinečnou hnacou silou, ktorá ich nakoniec vždy privedie tam, kam smerujú. Ich sústredenie je natoľko intenzívne, že takmer nič ich nedokáže odradiť od cieľov, ktoré si stanovili.

Ešte dávno predtým, ako som sa po prvýkrát stretol s Donaldom, čítal som jeho prvú knihu *The Art of the Deal* (*Umenie uzavrieť dohodu*). Predával som vtedy tričká na pláži v Los Angeles a popritom, medzi všetkými zákazníkmi, som neprestajne listoval v jeho knihe. Cenil som si na nej najmä to, že bola napísaná pre niekoho, ako som bol ja – pre niekoho, kto nikdy nechodil do žiadnej obchodnej školy. Donald Trump, tento realitný magnát, vo mne vzbudzoval takmer posvätnú úctu a nikdy by mi nenašlo, že ho raz uvidím na vlastné oči, nieto, že sa s ním osobne stretnem. Ani na um mi vtedy nezišlo, že s ním raz budem dokonca podnikat'.

Jedným z nezabudnuteľných úryvkov knihy *The Art of the Deal*, ktorý mi navždy utkvел v pamäti, bol Donaldov postreh o tom, ako dokáže na prvý pohľad rozoznať večného smoliara a babráka. Opisoval ho ako človeka, ktorý vylepí za sklo svojho špinavého auta ceduľku „na predaj“. Hoci je to celkom bežná záležitosť, je neuveriteľné, aké množstvo ľudí robí presne to isté rôznym spôsobom a v rôznych podnikateľských situáciách.

Z Robertových kníh sa už predalo vyše 30 miliónov výtlačkov v rôznych krajinách na celom svete. Musia v sebe očividne obsahovať posolstvo, ktoré ľudia chcú alebo potrebujú počuť. Robert sám seba považuje hlavne za učiteľa a ja sa musím priznať, že za

učiťa považujem aj Donalda Trumpa. Donaldova reality show *The Apprentice*¹ má vzdelávací podtext, z ktorého on sám dokáže pomerne dobre čerpať, a ja sa domnievam, že práve preto mala táto show taký ohlas a vysielala sa tak dlho. Títo dvaja učiťelia, velikáni biznisu, nám všetkým prinášajú svoje posolstvo.

Ako sa zdôrazňuje v knihe *Midasov dotyk*, podnikanie je niečo, čo v súčasnosti do istej miery prerastá do zodpovednosti, alebo by aspoň malo. Preto táto kniha prichádza v tom správnom čase. Svet potrebuje ľudí, ktorí majú talent vytvárať pracovné príležitosti. Tí, ktorí majú zručnosti stať sa podnikateľmi, ich musia rozvíjať, aby aj naďalej zostali prínosom pre našu spoločnosť. Táto kniha je spoločným dielom dvoch skutočne vynikajúcich a kultivovaných podnikateľov rôzneho pôvodu a zázemia, ktorí opisujú podstatu podnikania z odlišnej perspektívy.

Každý, kto sa chce zapojiť do spoločenstva podnikateľov, by sa mal s touto knihou dôkladne oboznámiť.

Pre podnikateľov je charakteristické, že majú mimoriadnu schopnosť sústrediť sa na oblasť svojej činnosti, pričom využívajú všetok svoj elán, motiváciu a nadšenie, teda drav. Túto charakteristickú Donaldovu črtu som si všimol už dávno, a takisto ju v sebe má aj Robert. Sila, ktorá ich ženie vpred, je celkom badateľná. Sú neúnavní a úspechy, ktoré dosiahli, sa nedajú prehliadnuť. Dúfam, že si nájdete čas, aby ste si prečítali to, čo považujú za nutné vám povedať.

¹ *The Apprentice* – učeň. Americká reality show televíznej stanice NBC, vytvorená autorom úvodu tejto knihy Markom Burnettom. Účastníci tejto show proti sebe bojujú o lukratívny džob v jednej zo spoločností Donalda Trumpa. V každom diele vypadne jeden z kandidátov so slovami: „You are fired“, čiže „Máte vyhadzov“. Naopak, víťazi jednotlivých sérií od neho počujú „You are hired!“ – „Najímame vás.“ Vo výbere Trumpovi pomáha nielen rad odborných poradcov, ale aj jeho blízki, vrátane dcéry Ivanka. Show po prvý raz odvysielali v januári 2004, ale v roku 2007 bola pre upadajúcu sledovanosť vynechaná z hlavného vysielacieho času. Licenciu v posledných rokoch kúpili televízie z 23 krajín sveta a na Slovensku je známa pod názvom *Šéfka* – pozn. prekl.

ROJKO ALEBO PODNIKATEĽ?

Istý podnikateľ, ktorý bol od detstva fascinovaný technikou, si už v mladom veku uvedomil svoju príležitosť zmeniť svet. Dokázal si predstaviť spôsob, ako zlepšiť životy ľudí na celom svete. Tak sa vydal na dlhú cestu, nie preto, aby sám zbohatol, ale preto, aby si splnil svoj sen o tom, ako zmeniť spôsob života obyčajných ľudí.

Urputne zápasil s prekážkami a neustále svoj nápad rozvíjal. Krok za krokom zdokonaľoval nespočetné množstvo prototypov svojho produktu, z ktorého každý predstavoval nepatrné zlepšenie toho predošlého, až nakoniec vybudoval vlastnú spoločnosť. Najväčší boj však viedol s ľuďmi, ktorí nedokázali prijať jeho víziu, ktorí neboli schopní rozvíjať svoje predstavy a videli veci také, aké sú, namiesto toho, aby ich videli také, aké by mohli byť. Podobných zápasov bolo v jeho živote veľa, ale on sa nevzdával. Často pochyboval sám o sebe, prinášal množstvo obetí a nezriedka sa ocitol na vedľajšej koľaji. Veľakrát neuspel, ale často si bral príklad zo slávnych výrokov, a možno aj preto raz vyhlásil: „Neúspech znamená príležitosť, ako začať znova – inteligentnejšie.“

Nebol veľmi dobrým študentom a v škole sa naučil málo, ale rád rozoberal rôzne veci na jednotlivé súčiastky, aby zistil, ako fungujú. Jeho najväčšou zábavou vo voľnom čase bolo rozoberať hodinky. Nikdy nezískal žiaden vyšší univerzitný titul, ale navštevoval večernú školu, kde rozvíjal svoje zručnosti. Bol geniálny mysliteľ a napokon sa stal milovaným učiteľom vo svojom odbore. Priťahoval študentov, ktorí, podobne ako on, boli rovnako zapálení. Do neskorých nočných hodín dobrovoľne pracovali na rôznych projektoch a veľa sa pritom naučili. Jeho schopnosť priťahovať talenty a pracovať s ostatnými bola závideniahodná.

Vo svojom podniku sa obklopoval ľuďmi, ktorí vedeli viac ako on sám.

I keď sa mu podarilo zohnať peniaze od investorov, ktorí verili jeho výrobku, problém bol v tom, že nie vždy verili jeho víziám. Bol čoraz sklúčenejší, pretože títo investori sa zameriavali hlavne na peniaze. Raz ho dokonca vyhodili z vlastnej spoločnosti – spoločnosti, ktorá niesla jeho meno. Obyčajný človek by to vzdal a našiel si prácu niekde inde.

Niekoľko rokov predtým odišiel z jednej poprednej spoločnosti, kde mal svoje stále zamestnanie. Podnikanie príliš nevynášalo a jeho rodina sa často sťahovala do ešte skromnejšieho prostredia. Iróniou osudu je to, že počas každodennej tvrdej práce to bol práve jeho zamestnávateľ, ktorý ho najviac inšpiroval. Bol to muž, ktorého zbožňoval už v detstve. Keď sa mu neskôr dostalo tej cti a on sa s ním raz na krátky okamih stretol, predstrel mu svoj inovačný plán. Muž pred ním udel päsťou do stola a povedal: „Výborne, mladý muž. To je ono! Toho sa držte!“

„To buchnutie päťou do stola má pre mňa cenu zlata,“ povedal večer svojej trpezlivej manželke. „Zvykni si na to, že ma doma celý rok príliš často neuvidíš.“ V skutočnosti trvalo viac ako rok, kým sa úspech dostavil. Trvalo to desaťročia.

Odpovede na zložité problémy a výkrik „heuréka!“ len zriedka prichádzajú okamžite. A to platí aj o Henrym Fordovi. Trpezlivo pozoroval svet okolo seba, čakal na príležitosť a svoj zámer dosiahol iba veľmi pomaly. Náзорne ukázal, že podnikateľ nemusí byť vynálezcom novej technológie. Jeho fantastický úspech sa dostavil v podobe niečoho oveľa cennejšieho – obchodnej značky. Autá vyrábané na zákazku, meradlo vtedajšej doby, sa nezlučovali s jeho predstavou o svete. Luxus, ktorý si vtedy mohli dovoliť iba bohatí, chcel poskytnúť *každému*.

Chcel zmeniť svet a veril, že tajomstvo spočíva v sériovej výrobe automobilu so spaľovacím motorom. Jeho hrdina a zároveň slávny zamestnávateľ, Thomas Edison, tomu veril tiež. Preto vtedy udel päťou do stola, aby povzbudil a podnietil mladého Henryho k dlhoročnému úsiliu, ktoré so sebou nieslo aj množstvo prehier.

Henry mal odvahu snívať veľké sny. Raz v nedeľu počul svojho kňaza, ako káže: „Človek by mal mať veľké ciele a mieriť ku hviezdám.“ Vtedy povedal svojej sestre: „Presne to mienim urobiť.“ Bolo to v roku 1893. O desať rokov neskôr, 23. júla 1903, si chicagský zubár Dr. Ernst Pfenning kúpil úplne prvý model A od spoločnosti Ford Motor Company.

Henry to dokázal. Už viac nebol rojko a fantasta. Bol podnikateľ.



ÚVOD

PODNIKATELIA SÚ RÔZNI

Táto kniha je o podnikateľoch a o tom, prečo sú medzi nimi rozdiely. Je určená tým, ktorí už sú podnikateľmi, ako aj tým, ktorí by sa nimi chceli stať.

Nie je to učebnica napísaná vysokoškolskými učiteľmi, ktorí učia o podnikaní. Neprináša pohľad cez ružové okuliare ani neposkytuje prísne vedecký návod, ako postupovať krok za krokom k úspechu. Naopak, táto kniha je veľmi realistická. To preto, lebo ju napísali podnikatelia, ktorí zažívali víťazstvá i prehry a bojovali, aby opäť vyhrali. Opisujeme v nej úprimne a otvorene naše vlastné príbehy.

Schopnosť podnikateľov snívať, víťaziť, prehrávať a opakovane víťaziť sa často nazýva *podnikateľský duch*. To je to, čo odlišuje pravých podnikateľov od kohokoľvek iného v oblasti podnikania. Je to aj to, čo odlišuje tých, ktorí sa chcú stať podnikateľmi, od tých, ktorí by nimi mohli byť.

Na tejto knihe sme pracovali takmer tri roky. Zotrvali sme v našom úsilí, pretože obaja pevne veríme, že iba podnikatelia dokážu vytvoriť skutočné pracovné príležitosti. A keďže dnešný svet zažíva obdobie nebývalého nárastu nezamestnanosti, pracovné príležitosti sú práve to, čo potrebuje.

Chronická nezamestnanosť prináša vlnu sociálnych nepokojov, ktoré by mohli viesť k revolúciám. Náznovým príkladom sú nedávne verejné nepokoje na Blízkom východe. Sú to revolty poháňané ľuďmi, ktorí sú ochotní, schopní a dychtiví pracovať,

ale ktorí zároveň pociťujú nedostatok príležitostí. Žijú v spoločnosti s kriticky vysokou mierou nezamestnanosti. Čína sa trasie pri pomyslení na to, že by sa celkom zabrzdil jej export, a desí sa možností miliónov nezamestnaných robotníkov. Vláda Spojených štátov má rovnaké obavy a utráca miliardy dolárov na to, aby vytvorila pracovné príležitosti prostredníctvom rôznych vládnych zákonov a programov.

Problém však spočíva v tom, že žiadna vláda, ani tá naša, nie je schopná vytvoriť skutočné pracovné príležitosti. To môžu dokázať iba podnikatelia. Iba podnikatelia vidia budúcnosť, ktorú vnášajú do našich životov – pričom riskujú, strácajú a opäť víťazia – znovu a znovu. V tomto procese vytvárajú nové priemyselné odvetvia a príležitosti pre ľudí na celom svete.

Ďalším problémom je to, že naše školy neprodukurujú podnikateľov. Sú naprogramované na to, aby produkovali zamestnancov. Preto ľudia hovoria: „Chod' do školy a uč sa, aby si získal dobré zamestnanie.“ Väčšina študentov, dokonca aj absolventi študijných programov MBA, sa stávajú zamestnancami, nie však podnikateľmi. Každý rok opúšťajú školy milióny absolventov, ktorí sú zaťažení dlhom študentských pôžičiek, neschopní nájsť si zamestnanie. V súčasnosti si príliš veľa ľudí, mladých i starších, hľadá zamestnanie, alebo sa obávajú, že ho stratia. Práve preto potrebujeme viac podnikateľov, ktorí budú schopní vytvoriť nové pracovné i podnikateľské príležitosti.

Po páde trhu v roku 2007, najväčšom od veľkej hospodárskej krízy, sa veľa ľudí nazdávalo, že stará ekonomika sa vráti. Vráti sa, ale nebude to tá istá ekonomika. Stará ekonomika priemyselného veku zomiera a namiesto nej sa vynára nová ekonomika informačného veku. Ani pravidlá tejto novej ekonomiky, medzinárodnej ekonomiky, už viac nebudú rovnaké. Staré predstavy z čias priemyselného veku – pracovná istota na celý život, dôchodok, sociálna podpora a odbory – už viac nie sú schopné v novej dobe informačného veku prežiť.

Mnohé spoločnosti zo zoznamu *Fortune 500*², ktoré vznikli v priemyselnom veku, dnes miznú. Z tejto krízy však vznikne nový zoznam *Fortune 500* zajtrajška, ktorý bude stáť na čele novej éry podnikania a bude ho viesť nová trieda podnikateľov.

Táto kniha je určená práve týmto podnikateľom, ako i ľuďom, ktorí sa nimi chcú stať. Nie je o podnikaní, ale o tom, čo všetko je potrebné na to, aby sa človek stal úspešným podnikateľom.

Ako podnikatelia sa s vami chceme podeliť o naše myšlienky a presvedčenia, víťazstvá i prehry, ktoré sa nahromadili počas desaťročí našej podnikateľskej činnosti. Dozviete sa, čo nás priviedlo k úspechu tam, kde deväť z desiatich podnikateľov zlyhalo. Podelíme sa s vami o to, ako prekročiť hranice úspechu a bohatstva, ako premeniť spoločnosť na medzinárodne uznávanú značku – skutočnosť, o ktorej mnohí podnikatelia snívajú, ale iba malé množstvo z nich to dosiahne. Čo je najdôležitejšie, podelíme sa s vami o to, čo nás drží v podnikaní, keď sa ostatní vzdávajú, a prečo hľadáme ešte väčšie výzvy. V tejto knihe, ktorá je našou druhou spoločnou knihou, vám ukážeme, čo znamená Midasov dotyk – schopnosť premeniť všetko, čoho sa dotkneme, na zlato. Povieme vám, ako to môžete dosiahnuť aj vy.

Rozhodli sme sa rozdeliť túto knihu na päť kapitol, kde každá z nich predstavuje jeden prst Midasovej ruky, ktorá sa dotkla zlata. V každej kapitole okrem našich jednotlivých postrehov nájdete aj zhrnutie, ktoré v skratke podčiarkuje objektívny prehľad kľúčových faktov. Na záver každej kapitoly sme začlenili rady, čo je potrebné urobiť a zapamätať si, teda praktické kroky, ktoré môžete využiť vo vašom podnikateľskom živote.

Päť prstov každej kapitoly predstavuje päť kľúčových faktorov, ktoré si musí každý podnikateľ, snívajúci o úspechu, osvojiť. Tieto faktory vás v škole nenaučia.

Zlatý dotyk Midasovej ruky je ideálnou metaforou, ktorá symbolizuje charakteristické vlastnosti potrebné na podnikateľský úspech. Ak dostanete pod kontrolu dotyk každého prsta, zistí-

² Fortune 500: každoročný rebríček zostavený a publikovaný časopisom *Fortune*, v ktorom je zoradených 500 amerických súkromných a verejných korporácií podľa ich hrubého obratu – pozn. prekl.

te, v čom spočíva trik, prečo sú niektorí podnikatelia nesmierne úspešní, zatiaľ čo iní úspech nedosiahnu.

Palec predstavuje silu charakteru. Bez neho by podnikatelia nemohli odolávať nevyhnutným prehrám a sklamaniam, ktoré sú spojené s vytváraním niečoho z ničoho. Neprebádaná oblasť je vždy plná nebezpečenstiev.

Ukazovák vyjadruje schopnosť zamerať sa a sústrediť sa. Aby bol podnikateľ úspešný, musí mať vytýčený správny cieľ.

Prostredník, najdlhší prst, reprezentuje obchodnú značku, ktorá odzrkadľuje vás samotných. Bez spoľahlivej značky a snahy dať o nej svetu vedieť, sa nikdy zlata nedotknete.

Prstenník symbolizuje vzťahy a poukazuje na to, ako si nájsť vhodného partnera, ako byť dobrým partnerom a ako si vybudovať rôzne typy vzťahov, ktoré vás privedú k úspechu.

A konečne malíček, ktorý charakterizuje malé, no veľmi dôležité veci. To neznamena iba zvládnuť detaily. Uvidíte, že malé veci sa môžu stať veľkými a nasmerovať vás na cestu k rýchlemu úspechu. Naučíte sa, ako objaviť malé veci, ktoré prerastú do veľkých hodnôt pre vašich zákazníkov a vašu spoločnosť alebo podnik.

Každý z týchto faktorov je sám osebe dôležitý. Keď však budete pevne držať všetko vaše úsilie, zručnosti, štúdium a vedomosti vo vlastných rukách a všetky faktory budú fungovať spoločne ako celok, pocítite skutočnú silu zlatej žiary Midasovho dotyku. Naš svet by vedel takú žiaru využiť. Napokon, úloha vyriešiť globálny problém nezamestnanosti, nedostatku pracovných miest a finančnej istoty leží na pleciach podnikateľov, ktorých svet skutočne potrebuje. Potrebuje najmä viac úspešných podnikateľov, ktorí sa vedia dotknúť vecí ako kráľ Midas a premeniť ich na zlato.



Donald J. Trump



Robert T. Kiyosaki



PRVÁ KAPITOLA

PALEC

SILA CHARAKTERU

„Život je ako brusný kameň. Či tá rozomelie alebo vybrúsi do najvyššieho lesku, závisí od toho, z akého si materiálu.“

– neznámy autor

Premeňte smolu na šťastie

Robert Kiyosaki

Začiatkom roka 2000 som navštívil riedko osídlené časti Austrálie, ďaleko od civilizácie. Bol som tam na dovolenke s priateľmi a žili sme v drsných podmienkach v jednej z najkrajších častí na svete. Trvalo mi takmer týždeň, kým som sa dostal k najbližšiemu táborisku v tejto pustatine.

Raz večer mi zvonil satelitný telefón. Volala mi Kim, moja žena, ktorá bola v tom čase doma vo Phoenixe.

„Hádaj, prečo volám!“ povedala vzrušene. „Ozval sa mi producent Oprah Winfrey a Oprah ťa chce mať vo svojom programe v Chicagu.“

„To je skvelé,“ odpovedal som. „Ale prečo práve mňa?“

„Chce sa s tebou rozprávať o tvojom živote a o tvojej knihe *Bohatý otec, chudobný otec*.“

„Dobre. Priebežne ma informuj,“ požiadal som ju.

„Ale ona ťa chce v tom programe už o niekoľko dní!“ zvolala Kim.

„O niekoľko dní?“ zaúpel som. „Ved' som iba teraz prišiel! Vieš, koľko mi to trvalo? Dva dni letu a takmer štyri dni v aute! Nedá sa to presunúť na neskôr?“

„Nie! Mali sme čo robiť, aby sme odpovedali na všetky ich otázky. Ten producent dokonca volal synovi bohatého otca, aby si preveril, či príbeh o твоjich dvoch otcoch je skutočne pravdivý. Sú celí nadšení a chcú ťa tam mať teraz!“ Kim urobila malú pauzu. „Nepremeškaj takú príležitosť. Len sa pekne pobal' a vráť sa. Na letisku v Sydney ťa bude čakať nová letenka.“

O šesť dní neskôr som pricestoval do Chicaga.

Show Oprah Winfrey sa vysielala priamo z jej štúdia Harpo Production. Pôvabná mladá asistentka si ma odvieďa z útulnej zelenej miestnosti do štúdia, kde už sedeli oddaní fanúšikovia Oprah.

V štúdiu vládla vzrušená atmosféra. Ľudia v publiku už boli nervózni a nedočkavo čakali na príchod svojho idolu. Na chvíľu som zabudol, prečo tam vlastne som. Zabudol som, že sa práve chystám na živé televízne vystúpenie a na rozhovor s najvplyvnejšou ženou v showbiznise. Vedel som, že sledovanosť jej programu sa odhaduje na vyše 20 miliónov divákov len v Spojených štátoch, a že táto show sa súbežne vysielala v ďalších asi 150 krajinách na celom svete.

Obzeral som sa okolo seba a uprostred pódia som zbadal dve stoličky. V mysli sa mi vynorila otázka: „Pre koho je tá druhá stolička?“ V tej chvíli som celý zmeravel, keď som si uvedomil... tá druhá stolička je tu pre mňa!

V miestnosti zrazu vypukol búrlivý aplauz, keď sa Oprah objavila na pódiu. V skutočnosti bola oveľa impozantnejšia. Potom, ako povedala zopár úvodných slov divákovi v štúdiu a pri televíznych obrazovkách, jej krásna asistentka sa jemne dotkla môjho predlaktia a tlmene zašepkala: „Pod'me...“

Zhlboka som sa nadýchol a pomyslel si: „Už je príliš neskoro na nejaké precvičenie alebo skúšku.“

O hodinu neskôr bolo po všetkom. Dav ľudí v štúdiu tlieskal a Oprah sa rozlúčila s divákmi na celom svete. Len čo vypli televízne kamery, obrátila sa na mňa, ukázala na mňa prstom, usmia-

la sa a povedala: „Bohatý otec, práve som vám predala milión výtlačkov vašej knihy.“

V tom čase som svoju knihu *Bohatý otec, chudobný otec* publikoval sám. Okrem iného to znamenalo, že som sa nemusel o zisky deliť s vydavateľom. Hoci som nikdy nevynikal v matematike, reči peňazí som rozumel. Po odrátaní všetkých nákladov mi zostal čistý zisk päť dolárov na každý výtlačok. Ak bol jej odhad ohľadom počtu predaných kusov po tejto show správny, jednoduchá matematika mi hovorila, že som práve zarobil 5 miliónov dolárov za hodinu. Samozrejme, pred zdanením. Bol to naozaj ziskový deň v mnohých ohľadoch. Vtedy som si to neuvedomoval, ale počas jednej hodiny som sa z neznámeho človeka stal celosvetovo známou osobnosťou. Ako zrejme viete, sláva môže byť oveľa zvodnejšia ako peniaze.

Dôvod, prečo som knihu *Bohatý otec, chudobný otec* vydal na vlastné náklady, spočíval jednoducho v tom, že ju každý vydavateľ, ktorému som poslal rukopis, odmietol. Väčšina vydavateľov boli zdvorilí ľudia, napriek tomu mi však povedali, že nemajú záujem. Dvaja z nich na mňa pôsobili ako moji učitelia angličtiny v škole, ktorí mi povedali, že by som sa mal naučiť písať. Jeden vydavateľ mi dokonca povedal: „Vaša kniha je smiešna! Žiadny čitateľ nikdy neuverí tomu, čo v nej píšete.“ Šéfredaktor, ktorý sa špecializoval na knihy o financiách, ju odmietol so slovami: „Vy ani neviete, o čom hovoríte!“ Odvolával sa na najdôležitejšiu lekciiu v mojej knihe, kde som vyhlásil: „Váš dom nie je aktívum.“ Zaujímalo by ma, či ten človek potom, ako vypukla kríza na trhu s nehnuteľnosťami, keď ľudia prišli o svoje domy pre neplatenie hypotéky a domy mali nižšiu hodnotu ako výška ich nesplatených hypoték, prehodnotil moje posolstvo, ktoré som odkázal vo svojej knihe všetkým ľuďom.

Potom, ako sme s Kim prijali odmietnutia s úsmevom na tvári, sami sme nechali vytlačiť asi 1 000 kusov a pri príležitosti oslavy mojich narodenín v apríli 2007 sme tieto výtlačky dali do distribúcie.

Od roku 1997 do roku 2000 sa kniha *Bohatý otec, chudobný otec* šírila najmä medzi známymi ústnym podaním alebo z ruky

do ruky. Jeden človek ju dal prečítať druhému a ten ju zasa poskytol svojim rodinným príslušníkom. Kniha si pomaly razila cestu hore po rebríčku bestsellerov na zozname denníka *The New York Times* – jediná kniha, ktorú si autor sám publikoval. Producent Oprah Winfreyovej nám zavolať krátko potom, ako sa kniha vyšplhala celkom hore. Podľa môjho odhadu mi Oprah vďaka svojej show pomohla do roku 2010 predáť vyše 22 miliónov výtlačkov vo viac ako 100 krajinách na celom svete. Kniha *Bohatý otec, chudobný otec* sa dnes prekladá do vyše 50 jazykov. V tom spočíva sila Oprah Winfreyovej.

Po odvysielaní jej show na seba nenechala dlho čakať ani tlač. Mnohým sa páčil môj jednoduchý príbeh o dvoch otcoch. Iba zopár novinárov bolo vtedy skeptických a kritických a boli aj takí, ktorí ma jednoducho za moje rozprávanie zavrhlí a odsúdili.

Neúspech je cesta k úspechu

Niekoľko televíznych moderátorov a článkov v časopisoch ma označilo za človeka, z ktorého sa doslova cez noc stal úspešný podnikateľ. Zakaždým, keď znovu počujem alebo čítam tieto slová, potláčam smiech. Hoci je pravda, že z neznámeho človeka sa počas jednej hodiny stal človek známy na celom svete, sotva sa dá hovoriť o úspechu cez noc. V roku 2000 som mal 53 rokov a po väčšinu svojho dovtedajšieho života som bol ďaleko od úspechu.

Thomas Edison, vynálezca žiarovky a zakladateľ spoločnosti General Electric, raz povedal: „Nezlyhal som. Iba som našiel 10 000 možností, ktoré nefungovali.“

Edisonov citát stručne vyjadruje podstatu toho, prečo väčšina podnikateľov nenájde cestu k úspechu, a prečo sa väčšina z nich nikdy nedotkne zlata Midasovou rukou. Jednoducho povedané, väčšina ľudí zlyhá na ceste za úspechom práve preto, že zlyhali málo.

V súvislosti s Midasovým dotykom, palec predstavuje vašu emocionálnu vyzretosť a silu vášho charakteru. Bez palca by zvyšným štyrom prstom chýbala potrebná stabilita na zvládnutie výziev, výhier, prehiev, vzletov a pádov, ktorým všetci podnikatelia čelia každý deň.