ЭДУАРД ОМАРОВ

КУСТАРИ — и — РОКФЕЛЛЕРЫ

ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ БЫТЬ УСПЕШНЫМ

Эдуард Омаров

Кустари и Рокфеллеры

«Издательские решения»

2015

Омаров Э.

Кустари и Рокфеллеры / Э. Омаров — «Издательские решения», 2015

Многие мечтают стать успешными, но мало кто знает, как до этого дойти. Между тем большинство из мечтающих уже успешны или находятся рядом с успехом. И всего-то надо внимательно посмотреть в себя, оглядеться широко раскрытыми глазами и немного потрудиться.

© Омаров Э., 2015
© Издательские решения, 2015

Содержание

Предисловие 7
Часть 1 11
Глава 1 13
Конец ознакомительного фрагмента. 17

Кустари и Рокфеллеры
Эдуард Омаров

© Эдуард Омаров, 2015
© Марина Лебедева, дизайн обложки, 2015
© Марина Лебедева, иллюстрации, 2015

Редактор Наталья Фоминцева
Корректор Мария Федосова

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero.ru

Евгений Доценко,
доктор психологических наук, профессор

«Личностный фактор» Эдуарда Омарова

Мне известны четыре типа предпринимательства.

Первый – это коммерческое предпринимательство, о котором пишет автор в этой книге. Считается, что такое предпринимательство призвано преобразовать капитал в еще больший капитал. В значительной мере это так, что следует и из даной книги. Эдуард Омаров подробно обсуждает то, что составляет «человеческий фактор» коммерческого процесса. Однако было бы слишком банально, если бы обсуждался человеческий фактор вообще. Автор рискнул на большее – на личностный фактор, срабатывающий в самом ядре коммерческих событий. Таким ядром является Личность Предпринимателя – того, кто инициирует, запускает, контролирует и поддерживает весь коммерческий процесс. Автору очевидно удалось заглянуть в лабораторию души человека, взявшего на себя ответственность за бизнес-процесс и вовлеченных в него людей.

Второй вид предпринимательства – политическое. Главный его «продукт» – власть. Суть процесса составляет взятие (завоевание) власти, удержание ее, использование, укрепление и т. п. Размышления Э. Омарова вполне применимы и к политическому Предпринимателю, поскольку там тоже личность, те же личностные процессы. Что и не удивительно, ведь это предпринимательство также имеет дело с неопределенностью, прогнозами, оценками, рисками, а главное – с людьми. Поэтому «хождение во власть» имеет много общего с «хождением в бизнес».

Третий вид предпринимательства – социальное. Его продуктом выступает общественное благо. Предпринимателю в данном виде деятельности, как и во всех других, требуется найти базовую идею, обеспечить ресурсами, в том числе финансовыми и человеческими, организовать процесс, получить результат и грамотно им распорядиться. Идеи автора представленной книги и здесь вполне применимы. Потому что неважно, к чему человек прикладывает свой предпринимательский порыв. Важно, что он проявляет инициативу, с полной личной ответственностью идет на разумный риск и готов иметь дело с трудностями на пути реализации своего проекта.

Четвертый вид предпринимательства – научный поиск. Здесь также требуется поймать идею, найти ей финансовое и концептуальное обоснование, организовать процесс, презентовать результат и проч. А «вертеться», чтобы обеспечить исследование, руководителю творческого коллектива приходится не меньше, чем бизнесмену.

Таким образом, чем бы вы ни занимались, если ваше занятие представляет собой индивидуальный проект с хорошей примесью неопределенности, вам будет полезна эта книга. Неко-

торая необычность ее жанра состоит в том, что автор рассказывает о своем собственном опыте научной деятельности. Это при том, что он «играющий тренер» – несомненно успешный предприниматель, который знает, о чем пишет. И видит эту личностную реальность предпринимательства с разных сторон. Эдуард Омаров в данной работе выступает сразу с нескольких позиций: и опытного предпринимателя, и квалифицированного исследователя, и удивленного человека. За десяток лет нашего знакомства он не переставал удивляться, сначала при получении новой для себя квалификации психолога, затем при проведении исследовательской работы, и даже при прохождении непростой процедуры защиты диссертации.

Есть один момент, в отношении которого мы с Эдуардом Закировичем расходимся во мнении. Я не согласен, что предпринимателем рождаются, но готов допустить, что моему научному оппоненту удобнее чувствовать себя исключительным в качестве предпринимателя, что согласуется с результатами, полученными им же в диссертационном исследовании. Вся книга построена как размышления человека с опытом предпринимателя над результатами своей работы как исследователя.

Далеко не все мечтают стать Рокфеллером, но многие пробуют быть Ремесленником. При чтении данной книги вы получаете возможность примерить на себя душевное состояние Предпринимателя, оценить свой предпринимательский потенциал, найти пути самосовершенствования. Короче, **Рокфеллером мы можем и не стать, но Кустарем побыть полезно!**

Предисловие

Кустари и Рокфеллеры.
Для тех, кто хочет быть успешным

Однажды ко мне в кабинет пришел Саша. Наш водитель, хороший парень с народной, по его собственному выражению, фамилией Козлов.

– Шеф, – сказал Саша с порога, – я решил заняться бизнесом. У меня в деревне водку продают. Буду делать так же.

– Саш, – сказал я, – но ведь это не так просто – заниматься бизнесом.

Дело было в начале 90-х. Жизнь кипела: я открывал по пять-семь объектов разной направленности ежегодно, мой рабочий день начинался в семь утра и заканчивался за полночь. Воскресенье – это святое, выходной. Поэтому в этот день я работал по облегченной программе: с десяти утра до шести вечера.

– Да ладно вам, – ответил Саша. – У всех же получается. А я что, крученый, что ли?

Это у них в деревне было такое словечко. Его этиология проста: на Сашиной родине во время кастрации быков им определенным образом выкручивали их «хозяйство». То есть «крученый» означает что-то вроде «лишенный важного», «ограниченный».

Далее дело развивалось так: Саша купил водки, привез в свою деревню и раздал родственникам, которые, по Сашиному плану, должны были ее продавать. Родственники благополучно все пропили. Саша долго пытался выбить у них хоть какие-то деньги: вымогал, уговаривал, просил, угрожал. Не помогло. Через какое-то время Саша снова появился на пороге моего кабинета.

– Шеф, я снова решил заняться бизнесом. Я посмотрел: люди привозят в деревню муку и продают. Если вы мне разрешите на выходных брать грузовик, я продам свои «жигули», куплю муку, буду тоже возить по деревням.

Однако деревня встретила его без энтузиазма. «Ты дурак? – спросили Сашу. – Кто у тебя будет покупать за такую цену? У нас мука дешевле в два раза!» Такая реакция объяснялась просто: Саша умудрился приобрести товар по завышенным расценкам. Чтобы получить хоть какие-то деньги, устроил sale. В итоге выручка даже не покрыла расходов.

Однако дело было сделано. Саша почувствовал себя Бизнесменом. Он держал в руках деньги. Он был как главный герой горьковской «Песни о Соколе»: видел небо и знает счастье.

Сашина осанка и походка обрели начальственность. Он стал высокомерен: в своей деревне угрожал односельчанами, в моей приемной взял привычку лежать на диване и ворчать на сотрудников. Он стал похож на актера, который заигрался настолько, что уже не может выйти из роли. К сожалению, это сказалось на работе. Пришлось пересадить горе-предпринимателя с персональной машины на грузовик, а потом и вовсе уволить. Спустя несколько лет я снова встретил Сашу Козлова. Он все так же хватался то за одно, то за другое и так и не мог ничего добиться. Эта история всплыла в памяти спустя почти 20 лет, когда тема успеха стала для меня особенно актуальной. Наблюдая за развитием разных подающих надежды начинающих предпринимателей, я отметил, что сильно ошибаюсь в прогнозах их развития и успешности. Те, кто, по моему мнению, должны были добиться успеха, почему-то оказывались не очень эффективны. А те, у которых, с моей точки зрения, ничего не должно было получиться, прекрасно развивались. То есть выходило, что люди, имея одинаковые стартовые условия, схожие интеллектуальные и материальные ресурсы, достигали совершенно разных результатов в бизнесе. Хотя, казалось бы, алгоритм, лежащий в основе любой предпринимательской деятельности, довольно прост: определяете рынок и его перспективы, реально оцениваете собственные ресурсы – и вперед. Оказалось, знание определенных правил и четкое следование им не являются гарантом успеха. Также как не являются его гарантом личные связи, первоначальный капитал. Но что же тогда обеспечивает успех? И вообще, что такое успех? С этих вопросов и началось мое путешествие к изучению феномена успеха и секрета успеха.

То, что каждый человек мечтает об успехе, я понял довольно давно. Открытием стало то, что далеко не каждый представляет себе, что же это такое. Если собрать вместе десять человек и попросить их дать определение понятию «успех», уверен, каждый даст свое собственное определение. Более того, говоря об успехе, мы демонстрируем классическую подборку заблуждений. Во-первых, мы не всегда можем оценить то, что имеем, и нам кажется, что успех – это что-то мифическое, спрятавшееся за горизонтом. Довольно часто мы думаем, что успех – это обязательно быть предпринимателем. Мы часто слышим фразу «сам себе хозяин», особенно когда речь идет о собственном бизнесе. Однако что скрывается за этой фразой, какой смысл она несет? «Что хочу, то ворочу»? «Я сам планирую свою жизнь и в любой момент могу бросить все и поехать на далекие солнечные острова»? «Я не работаю на дядю»? И потом, возникает резонный вопрос: все ли должны и – что немаловажно – могут быть себе хозяевами? Может, есть какие-то другие пути?

Еще одно правило успеха, как я выяснил за эти годы, звучало просто: быть на своем месте. К примеру, нужно ли было отличному водителю Саше с народной фамилией Козлов, поддавшись моде «быть бизнесменом», гнаться за идеей, именуемой «свое дело», и в результате потерять действительно хорошее место? Ведь Саша Козлов был действительно успешным водителем. Просто в его голове успешность ассоциировалась с чем-то другим – с химерой, миражом. То есть на практике оказалось, что простую формулу «быть на своем месте» воплотить в жизнь довольно сложно: чтобы работать, реализовывая потенциал, заложенный природой, надо уметь этот потенциал определять. В общем, наше разочарование в жизни часто возникает потому, что мы находимся не на своем месте, мечтаем о том, что нам на самом деле совсем не нужно, неверно представляем цель, не видим, куда идем, и вообще часто не очень контролируем сам процесс пути.

Эти размышления, а также наблюдения и выводы, полученные за 20 лет предпринимательской деятельности, требовали научного обоснования и подтолкнули меня к большой научной работе – написанию диссертации, посвященной вопросу предпринимательской успешности. В ходе работы я изучал теорию предпринимательства, использовал наблюдения из собственной практики: свой опыт предпринимателя, практикующего психолога.

Практическая часть моей работы представляла собой уникальный эксперимент (далее – Эксперимент), в котором приняли участие 250 известных предпринимателей Тюменской области, занятых в совершенно разных сферах деятельности: услуги, торговля, производство, реклама, сельское хозяйство, общественное питание, проектирование, туризм, страхование, образование. Результаты Эксперимента по-хорошему поразили: они соответствовали моим собственным наблюдениям, которые теперь обретали статус не субъективного высказывания, а гипотезы, доказанной по всем правилам науки, с помощью эмпирического исследования. А результаты были такие: дорога от начинающего предпринимателя (условного кустаря) до состоявшегося (Рокфеллера) – это путь не только профессионального успеха, но и внутреннего развития.

Интересный факт: хотя в Эксперименте участвовали предприниматели и речь в книге пойдет в основном о них, условия, обеспечивающие успешность, оказались одинаковыми как для Джона Рокфеллера, так и для кустаря-сапожника, водителя Саши Козлова, менеджера, школьного учителя, продавца в ларьке и т. д. Потому что предпринимательство, в основе которого главное качество – предприимчивость, – это не только род деятельности, но и склад характера. Следовательно, предприниматель – это не только и не столько человек, занимающийся бизнесом, сколько личность с определенным типом мышления и набором качеств, способная на конкретные поступки.

Чем глубже я погружался в тему, тем больше возникало вопросов, один заковыристей другого. Ведь если существует некое сочетание качеств или обстоятельств, запускающее механизм успешности, значит, определив и изучив этот «набор», можно разглядеть его в сотрудниках, коллегах, знакомых и детях? В самом себе, в конце концов? А что, если отсутствие этого «набора» так же заметно, как его наличие? При условии, конечно, что вы знаете, на что смотреть.

В общем, ИДЕЯ обнаружить универсальную формулу успеха, которая подойдет каждому, захватила меня полностью. В результате появилась эта книга – инструкция к постижению собственного потенциала. Очень нужный инструмент: ведь хотя бы отчасти поняв и познав самих себя, хорошие водители и отличные менеджеры максимально реализуются в собственных профессиях, вместо того чтобы пополнять ряды неудачливых бизнесменов, а следовательно, несчастных людей.

Работники служб персонала, в задачи которых входит оценка компетенций будущих сотрудников еще на стадии собеседования, смогут разглядеть настоящие способности человека

и, возможно, предложат должность, на которой он максимально реализует свои дарования, от чего выиграет и он сам, и компания, пригласившая его на работу.

Родители, стремящиеся дать своему ребенку как можно больше, как можно лучше подготовить его к будущей жизни, получат возможность увидеть в маленьком человеке определенные задатки. Узнают, есть ли в нем такая черта, как предприимчивость – основа предпринимательской успешности. Разглядеть ее довольно просто. Узнав качества характера своего ребенка, родители смогут планировать его развитие, отталкиваясь от его способностей, а не от собственных желаний. Ведь нет ничего бесполезнее и травматичнее и для ребенка, и для родителей, чем заставлять зубрить физику того, кто любит музыку, и воспитывать будущего предпринимателя из потенциального художника.

Если вы не предприниматель, не «кадровик» и не родитель – возможно, вы человек, который ищет свое место в жизни, пытается понять и осознать собственные внутренние ресурсы, узнать, насколько его представления о себе совпадают с реальностью. Это действительно сложные и важные задачи. Справиться с ними гораздо проще, когда вы знаете, куда смотреть и на что обращать внимание.

Предприниматели, в бизнесе которых «что-то пошло не так», поймут причину своих неудач, внесут коррективы в свою деятельность и станут успешнее. А успешные, осознав правильность выбранного пути, получат возможность стать еще эффективнее. Вообще для предпринимателей на страницах этой книги представлена возможность увидеть феномен предпринимательства как такового в историческом и психологическом контексте, разобраться в нюансах общеупотребимой, но редко осмысленной терминологии. Словом, получить тот фундамент, без которого невозможно понять, кто же такой предприниматель и что обуславливает его успешность или неуспешность.

По большому счету, это книга-зеркало. В котором в определенном ракурсе отражаются окружающий мир, люди – и вы сами. Как применить полученные знания – решать вам. Я могу только добавить, что смотрю в это зеркало уже несколько лет (подготовка диссертации и ее защита, а потом – работа над книгой), и до сих пор каждый новый взгляд приносит мне открытие. Чем глубже я погружаюсь в тему, тем больше вижу возможностей, и для себя, и для окружающих.

Поэтому для меня и, надеюсь, для вас эта книга только начало, первая ступень, ведущая к более глубокому познанию самого себя и тех, кто рядом, а следовательно, к успешности.

Как читать эту книгу? Медленно и вдумчиво. Также я бы посоветовал воспринимать главы как отдельные произведения: ведь каждая глава содержит информацию, которой хватило бы на отдельную книгу. И конечно, я бы порекомендовал перечитать мой труд несколько раз. Но это совет для тех, кто хочет получить от чтения не просто удовольствие, но и конкретный результат.

Удачного путешествия!

Часть 1

Коротко о главном

Сегодня едва ли не каждый хочет быть хозяином своего дела. Происходит так потому, что, с одной стороны, существует некий посыл от государства, транслирующего мысль о том, что быть предпринимателем – это важно и нужно. И это действительно так: в развитых странах субъекты предпринимательства, в частности малый бизнес, дают от 50 до 80% ВВП. В России же эта цифра равна 20%, и совершенно очевидно, что развитие предпринимательства – это развитие экономики в целом.

С другой стороны, кроме государственного, существует также личный посыл: бытует мнение, что, став предпринимателем, человек решит если не все свои проблемы, то большинство. Здесь ошибки сразу две: во-первых, если и решатся какие-то старые проблемы, то добавятся новые, доселе неведомые. Во-вторых, успешным предпринимателем может стать далеко не каждый. О том, какие именно качества обеспечивают предпринимательскую успешность, я расскажу в третьей части книги. В первой же хочется коснуться темы предпринимателя и предпринимательства как такового – в исторической перспективе. Ведь сама история появления этого класса и множество попыток трактовать – то есть осмысливать – термин «предприниматель» пока не дают полного понимания феномена предпринимательства вообще.

Российское предпринимательство развивалось в особых условиях, а в конце XX века практически формировалось заново. По сути, нашему предпринимательству чуть больше двух десятков лет, и только часть из них – время цивилизованного, «умного» бизнеса, а не рэкет-стратегии «отнять и поделить». Поэтому важно знать, откуда «ноги растут» у сегодняшнего

бизнеса; какой путь прошли современные «люди дела», имеющие бизнес больше 20 лет, какие уроки вынесли из истории.

Также эта часть служит своего рода «договором о терминах», что является необходимым условием не только для деятельности научных сообществ, но и для бытовой коммуникации: ведь это то, что обеспечивает взаимопонимание. Часто мы не можем договориться друг с другом, потому что вкладываем совершенно разное значение в одни и те же слова. Мы разберемся в том, что обозначают понятия, активно используемые как по отношению к предпринимательской среде, так и внутри нее. Выясним, чем, например, отличаются друг от друга «бизнесмен», «предприниматель» и «менеджер» и что такое на самом деле «малый, средний и крупный бизнес».

Дав определение предпринимателю как таковому, мы рассмотрим, какие классификации существуют внутри этой группы; чем предприниматели отличаются не только от людей, не занятых бизнесом, но и друг от друга. Эта информация станет отличной платформой для изучения конкретных качеств характера, которые делают успешными одних и неуспешными других.

Глава 1

В мировом контексте

Осмысливание термина «предприниматель» в историческом контексте – тема, казалось бы, не очень важная. Особенно для тех, кто хочет получить результат здесь и сейчас. Между тем информация, содержащаяся в этой главе, – это «база», подобная знанию истории своей страны или собственной родословной. Информация, без которой невозможно эффективно планировать и строить будущее.

Понятие «предприниматель» (*англ.* entrepreneur) и «предпринимательство» впервые в современном смысле употребил в XVIII веке английский экономист и банкир Ричард Кантильон, автор знаменитого «Эссе о природе торговли вообще». Именно тогда появилось понятие «рыночной экономики», основанной на товарных сделках – обменах. Важную функцию в таких сделках играли торговые посредники. Именно их, несущих бремя риска и финансо-

вой неопределенности, Кантильон называл «предпринимателями», характеризуя как людей, устремленных в будущее, рискующих и готовых к потерям.

Интересно то, что предпринимателями Кантильон считал всех, кто не имеет стабильных доходов и сталкивается с рисками: купцов, ремесленников, фермеров и даже разбойников и нищих.

В том же XVIII веке один из основоположников современной экономической теории, шотландский экономист и философ-этик Адам Смит в своем главном труде «Богатство народов» определяющим признаком предпринимательства называл получение прибыли и обозначал предпринимателя как собственника капитала.

Однако французский экономист Жан-Батист Сэй, имевший, как и Кантильон, предпринимательский опыт (владел ткацкой фабрикой), утверждал иное: предприниматель – не капиталист. Он – организатор производства, не обязательно имеющий собственность. Сфера, в которой работает предприниматель, может быть любой: торговля, промышленность, сельское хозяйство и т. д.

Комментарий 1.

Согласно этимологии, учении о происхождении и правильном толковании смысла слов, «предпришмчивость» происходит от прилагательного «предпришмчивый» и глагола «предпринимать». Далее – из праславянской формы от которой в числе прочего произошли старославянскоие,, а также,, то есть близкие глаголы и (по данным словаря М. Фасмера). В английском языке также этимологически связано с глаголом («брать»). То есть предпришмчивость – это некие активные действия, которые приводят к получению чего-либо. jьmet, jęti, имети имамьвъзяти възьмииметь взять enterprise to take

Согласно толковому словарю Ушакова предпришмчивость – это находчивость, соединенная с энергией и практичностью. Синонимы: авантюристичность, активность, деловитость, инициативность, ловкость, смелость, умение находить выход в затруднительных обстоятельствах, энергичность.

Конец комментария 1.

В общем, теорий было великое множество. Объединяло их одно: все они рассматривали предпринимателя только с точки зрения его функций. Разве что Жан-Батист Сэй в свое время высказывал важную и нужную теорию, согласно которой предпринимательство не является неотъемлемым атрибутом капитализма. То есть роль предпринимателя определяется не внешними обстоятельствами, а некими внутренними свойствами человека, которые проявляются в любых социально-экономических условиях.

Собственно, это было началом разговора о предпринимателе как об особом типе человека. И продолжил эту тему знаменитый австрийско-американский экономист и социолог Йозеф Шумпетер, живший и работавший почти сто лет назад, в конце XIX – начале XX века, и создавший портрет предпринимателя, по большому счету, актуальный и по сей день.

Шумпетер назвал несколько отличительных свойств предпринимателя. Он отметил, что предприниматель не обязательно является капиталистом, так как не всегда обладает правом на имущество: к примеру, предпринимателю может принадлежать производство, но помещение, где производство расположено, он может арендовать.

Еще одни интересный момент – специфическая мотивация. Свою бурную деятельность предприниматель разворачивает не для быстрейшего удовлетворения своих потребностей, а совсем для других целей – для создания предприятия, победы над конкурентами, преодоления возникающих трудностей.

Также Шумпетер отметил важную черту предпринимателя – новаторство. Причем, по версии Шумпетера, новатор – не изобретатель. Он – человек, не создающий новое,

но внедряющий его. Придумывающий новые комбинации и уникальные способы организации пространства, открывающий новые рынки сбыта. Именно этим предприниматель отличается от менеджера, не реализующего нововведения, а лишь выполняющего рутинную работу. Кстати, об отличиях менеджера и предпринимателя как такового Шумпетер заговорил первым из исследователей.

Комментарий 2.

Основатель первой крупной сталепромышленной компании в США Carnegie Steel Compapy знаменитый сталепромышленник и мультимиллионер Эндрю Карнеги сделал свое состояние в сталелитейной промышленности благодаря инновационному подходу. Мистер Карнеги, тогда еще не миллионер, однажды из газет узнал, что из отходов угольной промышленности можно производить кокс, более эффективный, чем уголь, но не используемый в Америке. То же самое с чугуном, который в то время был широко распространен в производстве рельсов и мостов: сталь была и прочнее, и дешевле. Внедряя эту идею на американский рынок, Карнеги сделал свою компанию крупнейшим производителем чугуна, стальных рельсов и кокса в мире. В 1888 году Карнеги купил своего конкурента – Гомстедский металлургический комбинат. К 1889 году производство стали в США превысило аналогичное стали в Великобритании.

Конец комментария 2.

Однако при способности к новаторству предпринимателю «по Шумпетеру» свойственна и узость кругозора, которая, как считал исследователь, очень ему полезна: ведь благодаря некоторой интеллектуальной ограниченности предприниматель не тратит силы и время на сопоставление множества вариантов, а концентрируется на одной задаче и быстро принимает решение.

Книга Йозефа Шумпетера «Теория экономического развития» была написана в 1911 году, более ста лет назад. Между тем именно в ней содержится определение предпринимателя, актуальное и на сегодняшний день. Шумпетер первым подчеркнул особую роль предпринимателя в мировой экономике. Он считал, что экономическое развитие – это не просто количественный рост производства в результате вложения финансовых и материальных ресурсов, но результат действия неких внутренних механизмов, ведущих к качественным изменениям в экономике. Ключевую роль в этих изменениях играет предприниматель: ведь именно он создает новые комбинации и методы производства, тем самым нарушая равновесное состояние в экономике и обеспечивая ее развитие.

Комментарий 3.

Триумфальный путь будущего создателя знаменитой гостиничной империи Конрада Хилтона начался с маленького отеля в городке Сиско. Это было старое здание, в вестибюле которого томилась толпа жаждущих получить ночлег хотя бы в холле. Тридцатилетний Конрад разговорился с хозяином, признавшимся, что с удовольствием продал бы этот «поганый бизнес».

Купив отель, мистер Хилтон сразу принялся за модернизацию: переоборудовал столовую в еще одну спальню, превратил нелепые колонны в холле в стеклянные витрины с газетами, журналами, бритвенными лезвиями, зубными щетками и многим другим. Последнее решение в будущем станет одним из ноу-хау корпорации Hilton Hotels: все, что вам нужно, от зубной щетки до утюга, вы можете получить в гостинице. В итоге каждая колонна принесла Хилтону прибыль в 8 тысяч долларов. Постепенно обветшавшее здание превратилось в приличное прибыльное место.

Конец комментария 3.

Я бы добавил от себя, что интересы и влияния предпринимательства как класса шире экономики. Его роль выходит за рамки добычи рубля, из которого мы в том числе платим налоги в бюджет. Предпринимательство влияет на другие социальные классы и формирует новые ценности. Причем я говорю не о глобальных корпорациях. Скорее наоборот, отношение к любой стране и государству формируется часто под влиянием модели поведения малого бизнеса. Вас невкусно и дорого накормили в ресторане или в гостинице поселили в плохом номере. Какова ваша реакция? Правильно: «Какая чудовищная страна!» А если администратор отеля, извинившись, быстро исправит ошибку? «Какие молодцы! И вообще страна у них хорошая».

Это важно не только с точки зрения конкуренции и клиентоориентированности конкретного кафе или гостиницы. Это важно в масштабах государства: ведь турист, приехавший в страну, завтра может стать инвестором или потенциальным владельцем бизнеса, который способен привнести новые знания, технологии, ресурсы. Конечно, при условии, что ему будет комфортно в наших отелях и ресторанах. Поэтому так значительна роль малого бизнеса – не только для экономики, но и для политики и даже культуры страны. Поэтому так важны те, кто может и умеет работать хорошо.

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.