
ДОНАЛЬД АНДЕРСОН

БИЗНЕС- ЭТО ВОЙНА



Серия "Библиотека делового человека"

Библиотека делового человека

Дональд Андерсон

Бизнес – это война

«АБ Паблишинг Трейд»

2015

Андерсон Д.

Бизнес – это война / Д. Андерсон — «АБ Пабблишинг Трейд»,
2015 — (Библиотека делового человека)

В книге дан обзор стратегических и тактических приемов ведения бизнеса, который по своей сути является мирным аналогом военных сражений. Бизнес, как средство существования, бизнес, как развлечение или игра – это узкое понимание такого сложного явления. Коммерция во все времена преследовала своей целью наибольшие прибыли, попутно затрагивая помимо экономической политическую, социальную и даже религиозную сферы общественной жизни. Как и военным делом, бизнесом занимаются настоящие мужчины и исключительные женщины, однако влияние он оказывает более всего на мирное население, то есть на потребителей товаров и услуг. О честных и не слишком способах ведения конкурентных и внутренних войн рассказывается в этой книге.

© Андерсон Д., 2015

© АБ Пабблишинг Трейд, 2015

Содержание

Введение	5
Глава первая. Побеждает сильнейший. Почему бизнес сравнивают с войной?	6
1.1. Проклятый путь. Наше дело	6
1.2. На войне как на войне	7
1.3. Скрытый конфликт и открытое столкновение	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Дональд Андерсон

Бизнес – это война

Введение

Наполеону принадлежит высказывание: «Вождь подобен торговцу, вложившему свои средства в дело и ожидающему прибыли». Уже в те далекие времена войну рассматривали как хороший бизнес. А торговле всегда сопутствовали риски и опасности, не меньшие, чем на поле сражения. Чтобы победить, нужна сильная армия. Чтобы получить прибыль, армия должна стремиться к обогащению, при этом целиком зависеть от воли своего предводителя. Бизнес нередко рассматривают как игру, особенно те, кто любил в детстве играть в «Монополию». Однако успешные предприниматели скорее сравнят дело своей жизни с военными действиями. Современный бизнес не более жесток, чем, к примеру, средневековый. Тогда торговца на большой дороге могли ограбить и даже убить. Ввязываясь в конкурентные войны, бизнесмены оценивают все риски, но идут на них в предвкушении сказочных прибылей. И что самое главное, при правильной расстановке сил они добиваются победы.

Глава первая. Побеждает сильнейший. Почему бизнес сравнивают с войной?

1.1. Проклятый путь. Наше дело

Бизнес делает из неудачников победителей, из рабов – властелинов, из солдат – генералов. Главная цель бизнесменов – прибыль. Хотя никто не признается в том, что хочет ободрать своих клиентов, как липку. Миссии крупнейших компаний звучат примерно так: «Помогать людям и организациям во всем мире полностью реализовывать их потенциал» (Майкрософт), Миссия Кока-Кола – «Мы существуем, чтобы помогать вам и давать вам силу». Ну конечно, руководство этих монополий получает и все блага, и силу, и реализацию потенциала. Прибыль заключается не только в материальных дивидендах, но и в чувстве собственной значимости, удовлетворении потребности в самоуважении и признании. Без желания покорить горы или сердце одного любимого человека ни один бизнесмен еще не добивался успеха. Ползти, как улитка, к вершине горы или взлетать, как птица – все легче, когда знаешь, что наверху тебя ждет заманчивая цель – твоя мечта.

Как когда-то алхимики пытались найти философский камень, превращающий любой металл в золото, так сегодня бизнес-тренеры все ищут и ищут «золотую формулу» бизнеса. С ее помощью они надеются любого менеджера среднего звена превратить в начальника холдинга за считанные недели. Подвергать современный бизнес какому-либо научному анализу – это то же самое, что в средние века заниматься алхимией. Все тебе верят, но никто не видит реальных результатов труда. Почему деловой мир не поддается объективному изучению? Возможно, потому что в нем нет на данный момент никаких жестких законов, определенной структуры, строгой иерархии.

Некоторые склонны сравнивать современный бизнес с мафией. Ну не случайно на Сицилии преступники спланиваются в Коза-Ностру, что в переводе с сицилийского означает «наше дело». Здесь есть и свои авторитеты, то есть боссы, и законы, и ответственность, а главная цель ... правильно – прибыль. Чем не бизнес? На американском сленге преступников часто называют «деловыми людьми». Скажите: «Я в деле,» – и вы уже соучастник чего-то с криминальным уклоном.

Пожалуй, сравнивать бизнесменов с мафиози было бы негуманно. Все же за некие рамки дозволенного относительно честные люди в деловых костюмах со швейцарскими часами на запястьях стараются не заходить. Поэтому мы выбираем другую аллегорию: Бизнес – это война. Первым эту фразу произнес Коносуке Мацусита, основатель компании Matsushita Electric. «Бизнес – это война, – сказал он – Все законы войны распространяются на искусство ведения бизнеса».

1.2. На войне как на войне

Бизнес ради прибыли, а не ради любви ко всему живому и прекрасному – это жестокая игра. Слабакам здесь не место. Приходится иногда и принципами поступаться, даже продавать свою душу, истязать тело, не только свое. К тому же успешные бизнесмены нередко глубоко несчастны.

И все же – миллиардные состояния, дома, машины, яхты, все удовольствия и радости жизни, которые только можно купить – кто об этом не мечтает в глубине души? Успешным бизнесменам свойственен циничный взгляд на любые жизненные ситуации. Вы можете обманывать кого угодно, но самая большая ошибка – обманывать самого себя. А люди делают это постоянно – как на работе, так и в личной жизни. Заблуждения – это плоды самообмана. Сначала убедишь себя в чем-то ложном, но незначительном, потом из этого вырастет что-то по крупнее, а там – ты уже заблудился, и тебя просто-напросто обведут вокруг пальца.

Бизнес – это война, а на войне, как на войне. Приходится чем-то жертвовать. Иногда – частью себя самого. Почему бизнес сравнивают с войной? Во-первых, из-за внешнего сходства. Компания с ее сотрудниками – это армия. Директор – главнокомандующий, топ-менеджеры – генералы, ну и далее по убывающей, вплоть до ефрейторов, майоров и рядовых. Конкуренция – это сражения. Поглощения крупными холдингами мелких компаний – колонизация. На полях бизнес-сражений можно как приобрести новые территории – новых клиентов, так и потерять их. Порой сражения в бизнесе идут до полного уничтожения противника, а иногда подписываются мирные договоры.

Война – древнейшее из искусств. Оно выросло из естественной потребности людей – соперничества. Относится это в первую очередь к мужчинам, поэтому испокон веков война считается исключительно мужским занятием. Бизнес тоже, следует признать, мужская территория. И если женщина стремится занять в бизнесе ключевые позиции, ей придется научиться мыслить, как мужчина. А точнее – как истинный главнокомандующий огромной армией, то есть масштабно и перспективно.

1.3. Скрытый конфликт и открытое столкновение

Ромен Роллан писал: «К войне, как к крайнему средству, прибегают лишь государства-банкроты. Война – последний козырь проигравшего и отчаявшегося игрока, отвратительная спекуляция мошенников и аферистов». Такое мнение о вооруженных конфликтах, весьма распространенное в современном обществе, не брать в расчет нельзя. Это касается и бизнеса. Нечестное ведение коммерческих дел всегда так или иначе сказывается на имидже руководителей. Воспринимайте бизнес как войну, но никогда не пропагандируйте ведение дел агрессивными методами. Цивилизованная война – это конфликт, в котором победившая сторона обходится как можно меньшим количеством жертв, как материальных, так и человеческих. Что нельзя сказать о проигравшей стороне. Вот уж кому не везет в современном мире, так это проигравшим. Да и во все времена неудачников не только не жалели, но и глубже втапывали в грязь.

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.