

image not found or type unknown



Тема данного эссе мне кажется крайне интересна, поскольку тут мы разберем контроль поведения предпринимателя. Самая распространенная ошибка, которую допускают абсолютно все, это крайне безрасудная уверенность в поведении или поступках иногда это может привести к аварийным ситуациям.

И в этот момент созревает вопрос и что же делать (как)(почему)?

Крайне тяжело разобраться в данном вопросе, можно склониться к этике или даже пофилософствовать, давайте именно этим и займемся

В современном предпринимательстве каждый ведет себя как умеет. Редко кто заранее моделирует свое поведение в бизнесе, продумывает подходы, планирует действия до мелочей, никто не пишет «план предстоящего поведения».

Но от того как себя преподнести в бизнесе с коллегами, партнерами, клиентами, покупателями, зависит сама организация бизнеса, успешность его дальнейшего развития.

Существующее поведение в бизнесе имеет несколько разных моделей.

Пример, Одни предполагают, что клиенту нужно во всем угодить и потому прислушиваются к любому его мнению, бегут менять товар при первом же требовании, опасаясь вездесущего Роспотребнадзора.

Другие полагают, что не стоит подстраиваться под капризы клиента, выполнять все его прихоти.

Так как утверждение, что «клиент всегда прав» — есть заблуждение. Такие бизнесмены вопрошают: «А почему прав клиент, а не мы? Только лишь потому, что он платит?».

Но клиент не просто платит, он покупает: ваши знания, труд, услуги и ваш товар. Покупатель платит вам для того, чтобы продукция стала его собственностью.

Но отчего признано, что поведение в бизнесе должно основываться на неопременных угоднических обязательствах одной из сторон?

Такая схема бизнес-отношений выворачивает зачастую поведение обеих сторон наизнанку. Покупатели становятся в позу «благодетеля», т.е. «Мы платим!!!», предприниматели же должны, заискивающе шаркая ножкой, становиться в позу «Чего изволите?».

А вот некоторые крупные бизнесмены считают, что их значимость, достоинство приумножатся, если они будут вести себя по-барски или по-хамски.

Они полагают, что покупатели должны радоваться возможности приобрести их товар, что им оказана высокая честь попробовать продукцию этого производителя.

Кроме того, есть люди в бизнесе, которые уверены, что выполнят поставленную задачу намного быстрее, успешнее, если будут при этом подстраиваться, идти на уступки.

Вторая же половина предпринимателей обладает такими особыми качествами и инструментами воздействия как: скрытность, уговоры, приукрашивание, лесть, наглость, хамство.

Корни подобного встречающегося поведения в бизнесе кроются в человеческой психологии. Где одним хочется постоянно кем-то руководить, а другим больше нравится быть ведомыми.

Зарубежные успешные бизнесмены тоже далеко не идеальны. Капиталистическое поведение в бизнесе базируется на принципе: «Продать нужно так, чтобы, заплатив самую высокую цену, клиент, еще долго кланялся и благодарил продавца до самого выхода из его магазина». Таков зарубежный маркетинг.

В России же все смешалось в одну кучу, вызвав «гремучую смесь» поведения в бизнесе. Сегодня никого не удивишь невыполнением обязанностей, высокомерием, хамством, явно негативным отношением к своим клиентам, партнерам, работникам.

Девиз подавляющего большинства недобросовестных бизнесменов, предпринимателей: «На войне все средства хороши, главное — прибыль!».

А поведение в бизнесе требует только одного — уважения. В предпринимательстве нет главных и второстепенных: не будь вас, покупателям нечего было бы покупать, не будь потребителя, вам некому было бы все это продавать.

Единственным же приоритетом в бизнесе должно равенство: предпринимателей, работников, работодателей, продавцов, покупателей.

Если вы хотите, чтобы уважали вас – проявите сначала свое уважение к окружающим. Искреннее уважение чувствуется на расстоянии, всегда вызывая ответное уважение.

Бизнес не должен быть войной, он должен представляться дипломатией. При грамотной дипломатии войны никогда не будет.

Искренне радуется, что образованных, порядочных, думающих людей в бизнесе ежегодно становится все (больше). Будущее за теми, кто будет добиваться поставленных целей, не идя по головам или пользуясь случаем, а ответственно выбирая свое поведение в бизнесе.

И так подведем итоги наших философских размышлений

Предприниматель крайне интересная личность которая должна вести себя крайне профессионально во всех ситуациях и вопрос о поведении , как именно мне кажется это уже зависит от очень многих подробностей ситуации (нужно вести себя “предпринимательски профессионально )