Przedsiębiorca

Autor: Piotr Surdel

Spis treści

[Rozdział I.](#_Toc308164477) *Świat Przedsiębiorczy* 8

[Wstęp](#_Toc308164478) 8

[Popyt generuje podaż](#_Toc308164479) 10

[Podaż generuje popyt.](#_Toc308164480) 11

[Inne czasy](#_Toc308164481) 13

[Etyka](#_Toc308164482) 15

[Definicje](#_Toc308164483) 16

[Rozdział II.](#_Toc308164484) *Jakim chcesz być przedsiębiorcą?* 19

[Wstęp](#_Toc308164485) 19

[Zjawisko instalacji](#_Toc308164486) 21

[Siła oddziaływań autorytetu zewnętrznego](#_Toc308164487) 24

[Eksperyment Milgrama](#_Toc308164488) 25

[Autorytet i jego komunikat](#_Toc308164489) 27

[Ćwiczenie. Poziomy logiczne Robetra Diltsa](#_Toc308164490) 28

[Przykład: Mechanicy](#_Toc308164491) 31

[Rozdział III.](#_Toc308164492) *Percepcja Przedsiębiorcza* 34

[Wstęp](#_Toc308164493) 34

[Up time](#_Toc308164494) 37

[Przekonania](#_Toc308164495) 39

[Racjonalna Terapia Zachowań](#_Toc308164496) 40

[Skaner Przekonań](#_Toc308164497) 41

[Przykłady skanowania przekonań](#_Toc308164498) 42

[Ćwiczenie: Włodek](#_Toc308164499) 47

[Włodek](#_Toc308164500) 48

[Rozdział IV.](#_Toc308164501) *Pomysł na biznes życia* 53

[Wstęp](#_Toc308164502) 53

[Stan Flow](#_Toc308164503) 54

[Ćwiczenie Flow](#_Toc308164504) 56

[SPP](#_Toc308164505) 58

[Ćwiczenie Spp](#_Toc308164506) 59

[Nasze (nie) wspierające otoczenie](#_Toc308164507) 62

[Społeczne przyzwolenia i zakazy](#_Toc308164508) 65

[Rozdział IV.](#_Toc308164509) *Pomysł, Plan, Akcja, Realizacja!* 67

[Wstęp](#_Toc308164510) 67

[Wymiarowanie celu](#_Toc308164511) 69

[Efekt](#_Toc308164512) 70

[Organizacja czasu](#_Toc308164513) 71

[Prawo Parkinsona](#_Toc308164514) 73

[Matryca Eisenhowera](#_Toc308164515) 75

[Rozdział V.](#_Toc308164516) *Studium przypadku* 78

[Wstęp](#_Toc308164517) 78

[Przemek sklepikarz](#_Toc308164518) 79

[Janusz inżynier](#_Toc308164519) 82

[Łukasz negocjator](#_Toc308164520) 87

[Rozdział VI.](#_Toc308164521) *Typy przedsiębiorczości* 95

[Usługi, handel i produkcja](#_Toc308164522) 95

[Przedsiębiorczość usługowa](#_Toc308164523) 96

[Przedsiębiorczość handlowa](#_Toc308164524) 98

[Przedsiębiorczość produkcyjna](#_Toc308164525) 99

[Jaka działalność dla mnie?](#_Toc308164526) 101

[Rozdział VII.](#_Toc308164527) *Oszczędzanie, Inwestowanie, Triki* 102

[Wstęp](#_Toc308164528) 102

[Oszczędzanie](#_Toc308164529) 103

[Energia elektryczna](#_Toc308164530) 104

[Ciepło](#_Toc308164531) 105

[Woda](#_Toc308164532) 108

[Paliwo](#_Toc308164533) 109

[Forma pracy](#_Toc308164534) 110

[Domowe finanse](#_Toc308164535) 112

[Giełda](#_Toc308164536) 115

[Nauka](#_Toc308164537) 116

[Inwestycja w wędkę](#_Toc308164538) 117

[Triki](#_Toc308164539) 118

[Rozdział VIII.](#_Toc308164540) *Reklama* 121

[Wstęp](#_Toc308164541) 121

[Internet](#_Toc308164542) 122

[Hosting](#_Toc308164543) 123

[Domena](#_Toc308164544) 123

[Strona internetowa](#_Toc308164545) 124

[SEO](#_Toc308164546) 125

[Reklama offline](#_Toc308164547) 126

[Jaka reklama dla Ciebie?](#_Toc308164548) 127

[Rozdział IX.](#_Toc308164549) *Sursum Corda!* 129

[Wstęp](#_Toc308164550) 129

[Gdy pojawi się konkurencja](#_Toc308164551) 130

[Gdy nadejdzie kryzys](#_Toc308164552) 132

[Gdy problemy się nawarstwią](#_Toc308164553) 133

[Koło Wpływu](#_Toc308164554) 134

[Wstęp](#_Toc308164555) 136

[Rozwój osobisty](#_Toc308164556) 137

[Rozwój branżowy](#_Toc308164557) 138

Rozdział I. Świat Przedsiębiorczy

*Mój Boże, jakie wszystko jest dzisiaj dziwne. A wczoraj jeszcze żyło się zupełnie normalnie. Czy aby nocą nie zmieniono mnie w kogoś innego? Bo, prawdę mówiąc, czuję się jakoś inaczej. Ale jeśli nie jestem sobą, to w takim razie kim jestem?*

Alicja w Krainie Czarów

Lewis Carroll

* 1. Wstęp

Polska. Kraj wielkich możliwości. Mimo iż niepodległy od bardzo niedawna historię ma znacznie dłuższą niż takie USA na przykład. Na tyle długą by z byciem Polakiem wiązały się nie tylko tradycje ale też cechy osobiste. Jesteśmy dumnym narodem z silnym poczuciem wartości i tradycji. Cechy te niestety mogą być i pozytywne i negatywne.

Dekady komunizmu nauczyły nas kombinowania. By przetrwać nasi rodzice stawali na głowie by połączyć sieć znajomości w taki sposób by uzyskać bądź nawet wytworzyć konkretne dobra. W tym czasie przedsiębiorczość obrosła złą sławą prywaciarza, co często pokutuje nawet dzisiaj.

Kombinator w rozumieniu komunistycznego prywaciarza wszak zarabiał na tragicznym braku wszystkiego, nie ważne czy robił to poprzez własną innowację, wytwórstwo czy też szarą bądź czarną strefę – prywaciarz miał podczas gdy inni mieli mniej lub w ogóle nie mieli. Nic dziwnego, że z czasem ta naturalna konsekwencja dużego popytu zyskała publiczną niechęć.

Moje pokolenie nie pamięta tych czasów, a przynajmniej nie dokładnie. Urodziłem się w ’79 roku, pamiętam pojedyncze obrazy czołgów na ulicach, pamiętam szarość lat osiemdziesiątych i ograniczoną ilość produktów w sklepach jednak nie widzę już ogromnego kontrastu tamtych czasów z dzisiejszym kapitalizmem. I w zasadzie nie żałuję.

Dzisiaj mamy w miarę wolny rynek, który wciąż promuje innowacyjność. To znakomite warunki dla ludzi kreatywnych, mających pasję i chcących ją rozwijać. Zdrowe spojrzenie na rzeczywistość połączone z brakiem uprzedzeń i obiektywizmem pozwala dzisiaj dostrzec znacznie więcej okazji dla nowych pomysłów niż kiedykolwiek przedtem. Ta sytuacja będzie nabierać tempa wraz z postępem technologicznym, edukacją oraz naturalnym wzrostem demograficznym. Mamy obecnie dostępny cały świat możliwości – jedyne co potrzebujemy zrobić to je dostrzec, a potem wykorzystać.

* 1. Popyt generuje podaż

Konsekwencją wolnego rynku jest ciągłe dążenie do równowagi popytu i podaży. Gdy pojawia się zapotrzebowanie na jakiś produkt (popyt) pojawiają się jego dostawcy (podaż). Korporacje wydają fantastyczne fortuny na badania czego potrzebuje konsument więcej i prędko reagują gdy znajdą odpowiedź na to pytanie. To samo tyczy się sektora usług – jeśli potrzebujemy coś zlecić znajdzie się ktoś kto to wykona. Można powiedzieć w takim razie, że mamy wszystko. Gdzie w takim razie miejsce na przedsiębiorczość? Oczywiście możemy otworzyć spożywczak jak sąsiad spod czwórki, lub też kolejny zakład fryzjerski jak pani z parteru. Pytanie czy to naprawdę będzie przedsiębiorczość czy tylko zwykłe powielanie starych jak świat schematów? Otóż nie jest sztuką powielić czyjś pomysł i mimo, że czasem to działa, ani to twórcze ani rozwojowe.

Mieszkam na wsi liczącej około 3000 mieszkańców. To mała miejscowość na Śląsku wciśnięta między Gliwice, Knurów i Rybnik – całkiem spore miasta regionu. W mojej wsi mamy 9 sklepów spożywczych w tym franchising żabki i biedronki, 6 knajp i 4 sklepy z odzieżą. Mamy też 4 piekarnie i 2 składy budowlane… Ostatnio słyszałem, że ma się otwierać 10ty sklep spożywczy gdyż kolejny mieszkaniec mojej wsi marzy o własnym biznesie…

Bardzo często obserwuję jak ludziom umyka pewna konstruktywna przywara przedsiębiorczości. Otóż przedsiębiorczość opiera się na innowacji. To nie prawda, że mamy już wszystko – nie mamy całych setek ton produktów i setek typów usług, których jeszcze nikt nie wymyślił. To właśnie jest pole do popisu dla nowego przedsiębiorcy. Dodając komponent innowacyjności do Twojego biznesu wielokrotnie zwiększasz jego szanse, nawet jeśli przypadkiem jest to dziesiąty sklep spożywczy w małej miejscowości – mając coś czego nie mają inni to właśnie Ty z czasem obejmiesz prowadzenie.

* 1. Podaż generuje popyt.

 Gdy pojawia się zapotrzebowanie pojawia się też dostawca, który je zaspokaja. To jeden z aksjomatów przedsiębiorczości i o ile na wskroś prawdziwy o tyle ma swoją drugą stronę. Otóż przy spełnieniu kilku warunków – gdy wytworzy się podaż, popyt sam się wygeneruje. Innymi słowy jeśli dostarczysz produkt, którego nie ma jeszcze na rynku i będzie on:

* Dobrze reklamowany
* Będzie miał chociaż śladową zdolność ułatwiania życia i/lub będzie uchodził za ładny i/lub ciekawy i/lub zabawny.

wtedy znajdą się chętni by go zakupić. Oto kilka przykładów:

* Jeden z bardziej kuriozalnych pomysłów dotyczy pewnego Kanadyjczyka, który zbierał bobki kozic, lakierował je i wytwarzał z nich naszyjniki. Jako produkty naturalne i uznane za ładne szybko zyskały wzięcie tak w USA jak i w Azji. Biznes kręcił się ładne parę lat, doczekał się powielaczy, mimo iż rodzaj „surowca” nie był ukrywany przed opinią publiczną…
* Pewien Amerykanin, posiadacz sporych terenów w stanie Alaska zaczął sprzedawać żwir na wiadra w cenie odpowiadającej dziesięciokrotności wartości owego żwiru. Według reklamy żwir ten nie był jednak zwykłym żwirem, a żwirem dla poszukiwaczy szlachetnych kamieni gdyż teren, z którego pochodził, miał w nie obfitować – podobno na podstawie badań geologicznych. Kupowało się zatem wiadro drobnego żwiru, a potem wraz z rodziną w ramach wieczornych rozrywek szukało się szlachetnych lub półszlachetnych odłamków. Kilka osób podobno cos znalazło co tylko napędziło marketingową maszynę.
* Dwóch reżyserów Daniel Myrnick i Eduardo Sanchez postanowiło nakręcić paradokument w formie horroru. Film kręcony „z ręki” opowiadający mrożącą krew w żyłach historię nastolatków w lesie, nim trafił do kin został poprzedzony reklamą w Internecie stylizowaną na niecodzienne znalezisko. Każde takie „znalezisko” oprócz sensacji wywołuje ciekawość – te dwie rzeczy, sensację i ciekawość, Daniel i Eduardo zmiksowali po mistrzowsku. Realizacja filmu kosztowała wraz z reklamą zaledwie kilkadziesiąt tysięcy dolarów. Zyski z dystrybucji przyniosły prawie dwieście pięćdziesiąt milionów dolarów. Chodzi o Blair Witch Project.
* W 1975 roku Gary Dahl wpadł na pomysł ażeby sprzedawać kamienie. Kamień taki nosił miano Pet Rock i w zamyśle miał zastępować domowego pupila w formie psa czy kota, które z reguły są głośne i brudzą. Pet Rock był tani w utrzymaniu, w opakowaniu znajdowała się również instrukcja jak nauczyć ów kamień sztuczek, czyli między innymi co zrobić by Pet Rock udawał martwego… Gary w ciągu czterech miesięcy sprzedał dwie i pół tony kamieni.

Słowem liczy się pomysł, liczy się innowacja, nie ważne czy mała czy duża. Nie trzeba wywołać rewolucji by odnieść sukces w biznesie chociaż ta przeważnie pomaga. W tym rozumieniu przedsiębiorca to raczej innowator nakierowany na zysk niż kombinator prywaciarz.

* 1. Inne czasy

Dziesięć najbardziej popularnych zawodów w 2010 roku nie istniało w 2004 roku. To znaczy że przygotowujemy naszą młodzież do pracy w zawodach, które jeszcze nie powstały. Obecni studenci będą używać narzędzi, które jeszcze nie zostały wynalezione i za ich pomocą rozwiązywać problemy, o których jeszcze nie wiemy. Co więcej ilość nowej technicznej informacji podwaja się obecnie co 2 lata. To teoretycznie znaczy, że połowa rzeczy, których student technicznego kierunku uczy się na pierwszym roku będzie nieaktualna na trzecim. Praktycznie, ze względu na to że student nie uczy się nowej wiedzy, a zazwyczaj takiej, która ma już parę lat, nasi studenci uczą się przeważnie rzeczy dawno już przestarzałych. Cała komputeryzacja rozwinęła się i upubliczniła w zastraszającym tempie – w niecałe 20 lat wymieniliśmy telewizory na płaskie i wstawiliśmy do każdego domu PCeta… W tym tempie rozwoju za dwa lata powstanie komputer przewyższający siłą obliczeniową zdolności ludzkiego mózgu. Idąc tym tropem w 2050 roku komputer za ekwiwalent 1000 dzisiejszych dolarów będzie miał moc obliczeniową przewyższającą zdolności całej ludzkości razem wziętej[[1]](#footnote-2).

Niedawno bo w latach 90tych otwarto przed nami nowy wszechświat. Pierwsze nieśmiałe kroki przerodziły się szybko w sprint innowacji i tak powstała zupełnie nowa dziedzina biznesu – Internet. Powstały portale społecznościowe i szybko zyskały dziesiątki milionów użytkowników, powstały całe światy gdzie można być kimkolwiek się chce. Bez ograniczeń można tworzyć nowy popyt i docierać z nim do ludzi na całym świecie. Zupełnie za darmo można porozmawiać o potrzebach chińczyka czy hindusa. Zupełnie gratis i bardzo szybko z wygodnego fotela można porównać co mamy my czego nie mają na przykład Australijczycy. Nie wyobrażam sobie większego pola do popisu dla sprytnego umysłu. Cieszę się, że żyję właśnie w takich czasach, Ty też powinieneś.

* 1. Etyka

Ażeby firma stabilnie prosperowała przez długie lata trzeba ją oprzeć na zdrowych podstawach. O ile będziemy jeszcze mówić o wartościach warto w tym momencie wspomnieć nieco o etycznej stronie przedsiębiorczości. Rzecz jasna firma nie powinna być oparta na oszustwie, kłamstwie, nie powinna w żaden sposób wspierać rasowych animozji czy też godzić w godność jakiejkolwiek grupy społecznej, płci czy koloru skóry. To są rzeczy na wskroś oczywiste: nie kradnij, nie krzywdź, nie szkaluj. Skoro wiemy już jacy mamy nie być to sprecyzujmy w takim razie jacy potrzebujemy być.

Twoja firma potrzebuje być ekologiczna. Co to znaczy być ekologicznym? W dużym skrócie chodzi o to by poprzez działalność Twojej firmy świat stawał się odrobinę lepszym miejscem, a przynajmniej nie stawał się gorszym. Pamiętaj że w przypadku fantastycznych sukcesów gospodarczych pieniądze nie były głównym celem prowadzenia działalności. Gdy staną się one jedynie efektem ubocznym realizowania Twojej pasji wtedy bez zakłóceń będziesz doskonale widział jak poprzez swą działalność wpływasz na otoczenie. Jeśli dzięki Tobie owe otoczenie stało się lepszym miejscem – brawo jesteś ekologiczny.

Ekologia oznacza, że poprzez swoją działalność wspierasz pozytywne zmiany i własne i innych ludzi. Współpracujesz zamiast żerować, pozwalasz się rozwijać zamiast wyzyskiwać. Firmy kładące nacisk na rozwój pracowników, pomagające im nawet w kwestiach nie związanych stricte z praca zawodową zazwyczaj cieszą się doskonałą opinią na rynku co ma szereg zalet, również materialnych.

W potocznym rozumieniu ekologia sprowadza się również do dbałości o środowisko i tak też powinno być. Póki co wciąż mamy tylko jedna planetę – im lepiej będziemy ją traktować tym dłużej będzie ona zdatna do zamieszkania, co myślę, że również Tobie jest na rękę.

* 1. Definicje

Poniżej wprowadzę kilka definicji, które co prawda różnią się od tych encyklopedycznych jednak w moim mniemaniu są znacznie bardziej trafne w świetle tego co ta książka ma osiągnąć. A zatem:

* Przedsiębiorczość – stan umysłu pozwalający realizować swoje cele zawodowe, na własny rachunek. To stan umysłu pozwalający dostrzegać i, zgodnie z zasadami etycznymi, wykorzystywać okazje, których dostarcza nam środowisko.
* Oszczędzanie – to stan umysłu pozwalający dostrzegać sytuacje, w których wydajemy więcej pieniędzy niż potrzeba by osiągnąć ten sam efekt czy też utrzymać ten sam standard życia.

*Przykład:*

*Poprzez użycie specyficznego przedłużacza można automatycznie odłączać od prądu urządzenia peryferyjne gdy wyłączamy komputer. Nie korzystamy wszak z monitora gdy nie działa komputer. W ten sposób oszczędzamy energię (urządzenia nie pobierają prądu jak ma to miejsce w stanie stand by), a więc i pieniądze bez różnicy dla funkcjonalności komputera.*

* Inwestowanie – jest to działanie wynikające z przedsiębiorczości polegające na lokowaniu swej energii, czasu i zasobów materialnych w celu uzyskania zwielokrotnionych korzyści w przyszłości. Korzyści te w równym stopniu mogą być materialne jak i niematerialne.

*Przykład:*

*Grając samodzielnie na giełdzie poświęcamy czas, energię oraz pieniądze by zyskać pieniądze oraz doświadczenie, a więc będzie to inwestowanie. Oddając pieniądze funduszowi powierniczemu mamy jedynie szansę coś zarobić, a więc nie wpisuje się owo działanie w naszą definicję inwestowania.*

* Przedsiębiorca – To osoba świadoma, o zdrowym kręgosłupie moralnym i sprecyzowanych wartościach, która od czasu do czasu lub bez przerwy przebywa w przedsiębiorczym stanie umysłu.

*Przykład:*

*Siedząc w kinie przed rozpoczęciem seansu mamy mnóstwo pomysłów jak można by lepiej zorganizować kino, jakie dodatkowe usługi byłyby w stanie ulepszyć ten biznes itd. Jesteśmy świadomi istnienia szeregu okazji jednak pozwalamy im przepływać obok gdyż nie po to idziemy do kina by skupiać się na czymś innym niż rozrywka.*

Rozdział II. Jakim chcesz być przedsiębiorcą?

*- No to mów, co myślisz.
- Ja... ja myślę to, co mówię, a to jest właściwie to samo, proszę pana.
- Wcale nie. W ten sposób mogłabyś powiedzieć, że „widzę to, co jem” i „jem to, co widzę” mają to samo znaczenie.
- Mogłabyś także powiedzieć - niespodziewanie odezwał się zaspanym głosem Suseł - że „oddycham, kiedy śpię” ma to samo znaczenie, co „śpię, kiedy oddycham”.*

Alicja w Krainie Czarów

Lewis Carroll

* 1. Wstęp

Nie wiem jaki jest świat.

Ty też nie wiesz. Nikt nie może być pewien, że świat za oknem jest taki jak się mu wydaje. A to tylko dlatego, że nie mamy obiektywnych narzędzi by precyzyjnie odkryć i zapamiętać otaczającą nas rzeczywistość. Przywykliśmy wierzyć, iż to co widzimy, słyszymy i czujemy jest faktem, a tymczasem to nic innego jak wielokrotnie przefiltrowany i wielokrotnie zinterpretowany bodziec, który raz zapamiętany z czasem ulega szeregowi deformacji. Na podstawie szerokiego zestawu zniekształconych wspomnień budujemy obraz otaczającego nas świata. Kompilujemy własne odczucia z cudzymi historiami, tradycjami i normami, nasze własne obserwacje przepuszczamy przez sito wyciągając jedynie te wnioski, które pasują do naszej wizji otaczającego nas świata i tak je zapamiętujemy by potem modelować nasze wspomnienia w miarę napływu nowych informacji.

Taki konglomerat naszych i cudzych historii, zapamiętanych wybiórczo, służy nam za wizję świata, z której korzystamy ilekroć trzeba wytłumaczyć jakieś zjawisko, którego nie rozumiemy lub też jakąkolwiek własną porażkę. W tłumaczeniu sobie rzeczy niezrozumiałych człowiek od zarania dziejów jest mistrzem jednak w kwestii tłumaczenia własnych niepowodzeń niewdzięcznym zrządzeniem wszechświata jesteśmy po prostu bogami. Jeśli cudza historia pozwala nam wyjaśnić jakiś niezrozumiały fakt mamy tendencję do asymilacji jej tak, że staje się ona naszą własną historią. Jeśli czyjaś opowieść jest w stanie znieść odpowiedzialność za coś co nam nie wyszło – natychmiast przyjmiemy ją za najświętszy fakt. Stąd natura sugestii została dawno wprowadzona i do bólu wykorzystana chociażby w reklamie i nie chodzi tutaj tylko o sugestię słowną. O ile jednak reklamowe zabiegi są jak najbardziej planowane o tyle my sami przebywając w grupie potrafimy siać sugestiami zupełnie nieświadomie zarówno co do samej akcji jak i jej konsekwencji.

* 1. Zjawisko instalacji

Wyobraźmy sobie sytuację gdy przychodzisz do pracy i słyszysz: „No, coś nie wyglądasz zbyt dobrze, nic ci nie jest?”

1. W pierwszej kolejności odczytujesz komunikat, oceniasz go i interpretujesz. „nie wyglądam dobrze, być może jestem chory”
2. Pojawiają się emocje, poczucie zagrożenia, lęk przed chorobą co powoduje zmianę kinestetyczną. Zaczynamy się garbić, bledniemy, być może zaczynają trząść się ręce. Ta naturalna reakcja na stan lękowy jest tym bardziej intensywna, im bardziej jesteśmy podatni na sugestię.
3. Otoczenie reaguje na zmianę kinestetyczną. Pojawiają się kolejne komentarze „chyba jesteś chory, blado wyglądasz” itd.
4. Nasz układ nerwowy reaguje przystosowawczo. Wydziela hormony, reguluje ciśnienie krwi, pracę serca itd.
5. Rozpoczyna się reakcja ataku lub obrony indukowana zagrożeniem. Włączają się kolejne systemy takie jak układ trawienny, oddechowy, odpornościowy i inne.
6. Powstałe zamieszanie jest stabilizowane poprzez wydatek energetyczny systemu nerwowego. Wydzielane są kolejne hormony, bodźce są tłumione.
7. Odbieramy ten stan wciąż jako dyskomfort, wszak pocimy się obficie jest nam na przemian za ciepło i za zimno. Podskakuje temperatura czujemy się źle tym samym wysyłamy kolejne sygnały, na które nasze troskliwe otoczenie reaguje i cały cykl się powtarza.

(ilustracja)

Większość wypowiedzi na nasz temat zawiera opinie i/lub sugestie. Każda taka wypowiedź jest w stanie zainstalować uczucia i reakcje tak negatywne jak i pozytywne. A zatem jak będzie wyglądała reakcja organizmu na stwierdzenie „Świetnie dziś wyglądasz!”?

1. Odczytujemy komunikat, oceniamy go i interpretujemy. O ile nie jesteśmy silnie kontr-sugestywni interpretujemy to stwierdzenie pozytywnie „świetnie wyglądam gdyż dobrze się czuję”.
2. Pojawiają się emocje . Przyjemność, poczucie zadowolenia, następuje zmiana kinestetyczna – jest to komunikat wysyłany w eter.
3. Otoczenie reaguje na komunikat. Pojawiają się komentarze : „Co ty taki dzisiaj zadowolony? Normalnie promieniejesz.”
4. Reakcja przystosowawcza. Wydzielane są hormony, zmienia się rytm pracy serca, ciśnienie.
5. Reakcja odprężenia i przyjemności. Włączają się w nią kolejne systemy, układ trawienny, oddechowy itd.
6. Następuje łagodny wzrost przyjemności. Układ nerwowy reaguje na sygnały z ciała i wzmacnia proces.
7. Sytuację odbieramy jako komfort i przyjemność. Wysyłamy taki komunikat w eter i cykl się powtarza.

{ilustracja}

Co więc można zainstalować drugiej osobie? Chcący czy niechcący dokładnie wszystko. Po instalacji danej idei nasze własne postrzeganie zaczyna modelować i filtrować informację z otoczenia tak by i ono wzięło udział w procesie wsparcia lub tłumienia. I tak „źle wyglądam bo źle się czuję gdyż na dworze padało i zmarzłem i na pewno jestem przeziębiony, a przecież klimatyzacja w pomieszczeniu nie pomaga i na pewno przez nią będzie zapalenie płuc” oraz „dobrze wyglądam bo dobrze się czuję przez to pewnie, że na dworze padało i powietrze było takie świeże i fajnie wilgotne, również dobrze się czuję bo teraz nie jest ani za gorąco, ani duszno dzięki klimatyzacji itd.”

Jak na władców swych własnych umysłów nasze pole wpływu na procesy myślowe jest zaskakująco wąskie i nieobliczalne. Nie będąc świadomym tych procesów ulegamy celowej lub przypadkowej manipulacji na każdym kroku. Asymilujemy sugestie, uznajemy je za własne, po czym udowadniamy sobie, że są prawdziwe. Ile razy zdarzyło Ci się, że wszedłeś do supermarketu po bagietkę, a wyszedłeś z pełnym koszykiem gdyż wydawało Ci się, że wszystko w nim jest Ci niezbędnie potrzebne? Ile razy w domu potem zastanawiałeś się co Cię skłoniło do danego zakupu? Sieci wielkich sklepów wydają solidne pieniądze aby wpływać na Twe procesy myślowe tak byś tego nie zauważał[[2]](#footnote-3).

* 1. Siła oddziaływań autorytetu zewnętrznego

Co się stanie jeśli grupa ludzi utworzy, a potem będzie wyznawać pewną ideę? Nie musimy zaraz myśleć o sektach choć one również opierają się na instalacjach. Niech takim funkcjonalnym przekonaniem będzie na przykład:

„Nasze produkty bardzo ciężko się sprzedaje. Klienci ich nie kupują gdyż wolą te od konkurencji…”

 Co się stanie z młodym energicznym naładowanym pozytywną energią handlowcem, który trafi w takie towarzystwo? Jak bardzo efektywna będzie taka grupa? Albo inaczej - niech szef będzie przekonany, że kiedyś było lepiej, a dzisiaj biznes to jakaś lipa. Jak będą na niego reagować jego pracownicy? Jaka atmosfera zapanuje prędzej czy później w jego firmie? No właśnie: jaki wpływ na otoczenie ma zewnętrzny autorytet indywidualny czy też grupowy?

* + 1. Eksperyment Milgrama

Na początku lat 60tych Stanley Milgram[[3]](#footnote-4) przeprowadzał eksperymenty badając posłuszeństwo wobec autorytetów. Celem tych eksperymentów było zbadanie mechanizmów ślepego posłuszeństwa np. w obozach koncentracyjnych. Teza, która potem okazała się całkowicie błędna, zakładała, że Niemcy muszą być bardziej podatni na wpływy zewnętrznych autorytetów by dopuścić się potwornych zbrodni na podstawie jedynie wydanych odgórnie rozkazów. Uczestnicy eksperymentów prowadzonych w USA należeli do bardzo zróżnicowanych grup – odpowiadali na ogłoszenia w prasie dotyczące rzekomo doświadczenia badającego wpływ kar na pamięć. Każdy uczestnik był sadzany w poczekalni z drugą osobą, którą był człowiek z lekką nadwagą, sprawiający miłe wrażenie księgowy. Był to w rzeczywistości współpracownik Milgrama.

Badany miał za zadanie administrować coraz większe dawki elektryczności przy kolejnych błędnych odpowiedziach swego rozmówcy, którego nie widział jednak mógł usłyszeć. W pokoju z badanym przebywał jeszcze człowiek w białym kitlu, którego zadaniem było powtarzać czterech zdań typu „eksperyment musi być kontynuowany”, „proszę nacisnąć przycisk” itd. w odpowiedzi na każde pytanie badanego.

Grupa psychiatrów poproszonych o oszacowanie jak wiele osób dojdzie w takim eksperymencie do śmiertelnych dawek oszacowała, że będzie to około jednego promila badanych (jedna osoba na tysiąc) tymczasem okazało się że odsetek ten wynosi 65%. Co więcej ci co zaaplikowali śmiertelne dawki byli gotowi kontynuować eksperyment.

Eksperyment został w następnych latach zabroniony ze względu na konsekwencje psychologiczne badanych. Większość z nich wymagała terapii by dojść do siebie. Niemniej jednak w dzisiejszych czasach niektórzy showmani dalej w ten sposób eksperymentują (np.: Derren Brown[[4]](#footnote-5)).

Ciekawostką jest fakt, iż żaden z ponad tysiąca uczestników eksperymentu Milgrama z lat 60tych nie zawiadomił policji o potencjalnym maltretowaniu i mordowaniu uczestników badania.

* 1. Autorytet i jego komunikat

Łącząc zatem Twój własny komunikat czyli sugestię, którą wysyłasz w eter z autorytetem, który posiadasz będąc szefem swej własnej firmy okazuje się, że Twój własny wpływ na powodzenie Twojego biznesu zależy w znakomicie mniejszym stopniu od koniunktury, a w zdecydowanie przeważającej części od sposobu, w który Ty myślisz o sobie, świecie, ludziach i właśnie swoim własnym biznesie.

Autorytet szefa czy też biznesmena ma duże znaczenie nie tylko w sytuacji, w której zatrudniasz pracowników chociaż tutaj jego wpływ na efektywność zespołu jest widoczny gołym okiem. Wpływasz również, czy tego chcesz czy nie, na wszystkie osoby, z którymi współpracujesz czy to kontrahentów, dostawców surowców czy usług, których potrzebujesz dla swego biznesu czy też po prostu na Twoich klientów. Sugerując otoczeniu, że bycie szefem dla samego siebie, że posiadanie własnej firmy to ciężki kawałek chleba, że to zadanie wyjątkowo trudne i często nieopłacalne otrzymasz od otoczenia taką samą odpowiedź. Odpowiedź tą odczytasz i zinterpretujesz przyznając sobie rację, Twój organizm odpowie na to wzmagając Twoje przygnębienie oraz wzmacniając komunikat dla otoczenia i tak w kółko, aż otrzymasz niezaprzeczalny dowód, że masz rację, gdy Twój biznes upadnie.

Jeśli jednak będziesz świadom jak to co myślisz wpływa na Ciebie i Twoje otoczenie i ukierunkujesz swój styl bycia na bardziej pozytywy, szybko przekonasz się, że otoczenie będzie wspierać ten komunikat równie mocno co ten negatywny. Szybko zauważysz też dodatkową energię do działania. Twój umysł pozostanie też otwarty na możliwości zwykle piętrzące się dookoła oraz pozwoli z nich korzystać w odpowiedni sposób.

* + 1. Ćwiczenie. Poziomy logiczne Robetra Diltsa

Przedsiębiorca to nic innego jak jedna z ról życiowych, którą każdy może grać. Jednym z pytań, które każdy przedsiębiorca potrzebuje sobie zadawać w zasadzie bez przerwy brzmi „jakim chcę być przedsiębiorcą?”. Odpowiedź na to pytanie zwykle generuje cele oraz głębsze motywacje, którymi możesz kierować się w tej roli. Robert Dilts[[5]](#footnote-6) dostarcza nam w tym miejscu doskonałego narzędzia, a mianowicie model obszarów funkcjonowania człowieka. Narzędzie to posłuży nam do przeskanowania roli przedsiębiorcy jednak z powodzeniem może służyć do skanowania każdej innej roli, w którą pełnimy od czasu do czasu.

Model Diltsa to ćwiczenie, które przeprowadza nas od poziomów oczywistych do tych bardziej głębokich, skrywających nasze głębsze przekonania i motywacje. To jedna z lepszych metod na poznanie siebie lub drugiej osoby w relacji coachingowej czy też terapeutycznej. Tutaj jednak zajmiemy się przede wszystkim samopoznaniem.

Zatem do dzieła!



Na każdym poziomie po kolei odpowiedz sobie na zadane pytania, zaczynając od poziomu środowiska. Co ciekawe Dilts zauważa[[6]](#footnote-7) że większość naszego społeczeństwa jest w pełni świadoma tylko pierwszych dwóch poziomów. Nawet umiejętności często pozostają ukryte przed naszym świadomym umysłem. Pamiętaj, iż im wyższy poziom jest dla Ciebie jasny tym bardziej spójny będziesz w roli przedsiębiorcy i tym łatwiej będzie Ci podejmować decyzje gdyż będziesz to czynił w oparciu o kompletny system wartości. Pamiętając jakim chcesz być przedsiębiorcą będzie Ci również trudniej stracić z oczu sens Twej pracy nad własną firmą.

* + 1. Przykład: Mechanicy

Wyobraź sobie dwóch mechaników samochodowych, którzy spytani o swój biznes udzielili takich oto odpowiedzi:

**Mechanik Staszek**

Jestem mechanikiem z dziada pradziada, już w podstawówce naprawiałem kolegom rowery. Fachu nauczył mnie mój ojciec, który zawsze uważał, że najważniejszą rolą mechanika jest zapewnić bezpieczeństwo podróżującym. Też tak myślę chociaż uważam też, że komfort i satysfakcja z jazdy to również istotne sprawy. Każdy ma prawo cieszyć się komfortową i bezpieczną jazdą swym samochodem. Ojciec zostawił mi swój warsztat, który rozbudowałem i zmodernizowałem. Teraz bez problemu programuję komputery pokładowe, badam spalanie itd. Słowem full serwis i to średnio 20% taniej niż rynkowe ceny. Cieszę się jak klient jest zadowolony bo wtedy zawsze wraca. Są i tacy co wracają za często… marzy mi się czasem świat, w którym stare zdezelowane auta są dobrowolnie złomowane zamiast siać zagrożenie. Wierzę też że bycie dobrym i rzetelnym fachowcem zjednuje mi los – robię to co lubię, zarabiam na tym przez co cała moja rodzina jest szczęśliwa i bezpieczna.

**Mechanik Grzegorz**

Jestem mechanikiem ale nie tylko. W zasadzie żadna robota mi nie straszna jeśli tylko jakiś grosz ma wpaść. Ludzie są niepoważni, czasem przyjeżdżają z pierdołami, które potrafię naprawić w miarę szybko wtedy kasuję i mam resztę dnia wolne. Zazwyczaj udaje mi się naprawić to i owo na placu, czasem wystarczy mocniej klepnąć kluczem żeby zaskoczyło. Kolega z samochodówki podrzucił mi kilka knifów jak zrobić żeby najbardziej rozjechany rzęch przejechał ze 20 dodatkowych kilometrów. Szybka picerka, wygląda ładnie gość płaci i jedzie, a co potem to już nie mój problem, trzeba w końcu jakoś sobie radzić.

\*\*\*

Staszek ma silny kręgosłup moralny. Zna i akceptuje swoją rolę, wspierają go wartości i przekonania. Ma silne poczucie misji oraz fantastyczną wizję społeczeństwa bezpiecznego na drodze. Wie dokładnie co i jak ma robić wie też, co bardzo ważne jaki jest sens jego pracy, po co ją wykonuje.

Grzegorz jest z kolei świadom swych umiejętności, brak mu jednak głębszego sensu jego pracy. Brak mu również poczucia tożsamości, głębszych wartości, o poczucie sensu czy misji nie wspominając. Skutecznie ogranicza się przekonaniami, koncentruje się na ułatwieniu sobie zarobku kosztem otoczenia.

Nie trzeba chyba pytać, któremu z powyższych mechaników powierzyłbyś swój samochód. Całkiem jasne jest również, który z nich czerpie większą satysfakcję ze swojej pracy oraz który z nich ulepsza świat poprzez swój system wartości. Nie trudno zgadnąć, który z nich ma znacznie więcej korzyści z wykonywanej pracy niż tylko te materialne.

Spójrz więc na swoją piramidę Diltsa i odpowiedz sobie na pytanie: czy takim właśnie przedsiębiorcą chcę być? Czy w to wszystko właśnie chcę wierzyć i to myśleć o sobie i ludziach by czuć się tak jak chcę się czuć w roli przedsiębiorcy? Jeśli odpowiedź jest twierdząca to mam dla Ciebie zadanie domowe. Zastanów się i odpowiedz sobie na pytanie: Co mogę zrobić już dziś, co mogę zrobić jutro i w kolejne dni ażeby stać się takim właśnie przedsiębiorcą jakim chcę się stać?

Jeśli z twojej piramidy wyłania się obraz, który Ci nie odpowiada odpowiedz sobie na pytania: co potrzebuję myśleć, w co wierzyć i co umieć bym był takim przedsiębiorcą jakim chcę być.

Precyzyjne określenie kim w roli przedsiębiorcy chce się być jest niezmiernie ważne z punktu widzenia wsparcia Twoich działań o zdrowy system wartości. Pamiętając o ekologii, potrzebujesz żyć i działać w zgodzie ze swoimi pragnieniami, wartościami i celami. Aby to było możliwe trzeba określić kim się chce być, a następnie ustalić co trzeba zrobić by stać się takim właśnie jakim chce się być.

1. Informacje pochodzą z prac Kasrl’a Fisch’a i Scott’s McLeod’a. Zobacz kapitalną prezentacje ich autorstwa: http://www.youtube.com/watch?v=jp\_oyHY5bug&feature=related . źródła danych znajdują się tutaj: http://shifthappens.wikispaces.com/Sources [↑](#footnote-ref-2)
2. W magazynie Focus z listopada 2011 znajduje się fragment książki Tima Harforda pt. „Sekrety Ekonomii czyli ile naprawdę kosztuje twoja kawa”. Bardzo ciekawa lektura również o zabiegach marketów. [↑](#footnote-ref-3)
3. **Stanley Milgram** (ur. 15 sierpnia 1933, zm. 20 grudnia 1984) – amerykański psycholog społeczny na uniwersytetach Yale, Harvarda oraz Nowojorskim. Z wykształcenia politolog. Na Uniwersytecie Yale przeprowadził eksperymenty posłuszeństwa wobec władzy (1963) oraz eksperyment "świat jest mały". Wychował się w Nowym Jorku. W roku 1950 ukończył szkołę podstawową imienia Jamesa Monroe’a, razem z przyszłym psychologiem społecznym – Philipem Zimbardo. Absolwent Queens College. W trakcie studiów na Harvardzie, uczył się pod okiem Gordona Allporta, który wywarł silny wpływ na jego późniejsze prace oraz Solomona Ascha. Źródło: Wikipedia [↑](#footnote-ref-4)
4. **Derren Brown** (ur. 27 lutego 1971 r.) – osobowość telewizyjna, showman lubiący określać swój zawód jako "psychologiczny iluzjonista". Urodził się w Croydon, w południowym Londynie, gdzie uczęszczał do szkoły, w której jego ojciec był instruktorem pływania. Studiował prawo i filologię germańską na uniwersytecie w Bristolu, gdzie w 1996 roku rozpoczął serię występów jako hipnotyzer sceniczny. Źródło: Wikipedia [↑](#footnote-ref-5)
5. Robert Dilts (ur. 1955) jest międzynarodowym trenerem, coachem, twórcą, konsultantem od lat siedemdziesiątych XX wieku. Jest jednym z najbardziej znanych i wciąż tworzących trenerów w zakresie Neurolingwistycznego Programowania (NLP). Zajmuje się modelowaniem zachowań oraz strategii działań, uczenia się i komunikacji. Jest czołowym autorem wdrażającym oraz przenoszącym aplikacje i techniki NLP w obszarach edukacji, technik uczenia się, zdrowia, przywództwa. Jego osobisty wkład w obszarze NLP odnosi się do podstawowych założeń oraz technik NLP a w szczególności Strategii i Systemów Przekonań, został rozwinięty oraz jest znany jako "Systemowe NLP". Źródło: Wikipedia [↑](#footnote-ref-6)
6. Dilts B.R., Od Przewodnika do Inspiratora, czyli Coaching przez duże C, Wydawnictwo PINLP G Peczko, Warszawa 2006 [↑](#footnote-ref-7)