

JASON FRIED ÉS
DAVID HEINEMEIER HANSSON

REWORK

RENDAHAGYÓ GONDOLKODÁS,
RENDAHAGYÓ PROFIT

★★★★★
UZLETIKONYV.hu
keresd a milliókat érő gondolatot!

A fordítás alapjául szolgáló eredeti kiadás:
Jason Fried–David Heinemeier Hansson: *Rework*
Crown Business, 2010

This translation published by arrangement
with Crown Business, an imprint of the Crown Publishing Group,
a division of Penguin Random House LLC.

Fordította: Náfrádi Zoltán
Szerkesztette: Molnár Eszter

Copyright © 37signals LLC, 2010
Hungarian translation © Náfrádi Zoltán, 2016
Hungarian edition © Bagolyvár Trade Kft., 2016

All rights reserved.

Minden jog fenntartva. A könyv sem egészében,
sem részleteiben nem sokszorosítható vagy közölhető,
beleértve a nyilvános előadást, a rádió- és tévéadás jogát.

Kiadja a Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 2016

Felelős kiadó a Bagolyvár Trade Kft. igazgatója

Tipográfia: Madarász György

Borítót készítette: Lénárd György

Borítószöveg: Mái-Kovács Anikó

Nyomta: EFO Nyomda

Felelős vezető: Fonyódi Ottó

ISBN 978 615 5030 76 5

BEVEZETÉS 11

ELŐSZÖR

Az új valóság 19

MEGLEPŐ ÁLLÍTÁSOK

Ne foglalkozz a való világgal! 23

Nem annyira fontos, hogy tanulj a hibáidból 26

A tervezés találgatás 29

Miért kell növekedni? 32

Munkamánia 35

Elég a „vállalkozókból”! 38

INDULÁS!

Hagyj nyomot a világegyetemen! 41

Ott vakard, ahol neked viszket! 44

Kezdj el csinálni valamit! 48

Az nem kifogás, hogy nincs időd 50

Húzz vonalat a homokba! 53

Lehetetlen küldetésnyilatkozat 57

A külső pénz a Z terv 60

Kevesebbe van szükséged, mint gondolod 63

Vállalkozást indíts, ne egy startupot! 66

Ha a kilépést építed, a kudarcot építed 69

Kisebb tömeg 72

HALADÁS

- Örülj a korlátoknak! 77
Fél terméket építs, ne féleszűeknek valót! 80
Kezdd az epicentrumban! 82
Eleinte ne törődj a részletekkel! 84
Ha meghoztad a döntést, az már haladás 87
Legyél kurátor! 90
Kevesebbet hajigálj a problémára! 93
Arra koncentrálj, ami nem fog változni! 95
A dallam az ujjaidban van 97
Add el a melléktermékeidet! 100
Indíts most! 103

TERMELÉKENYSÉG

- A megállapodás illúziói 107
Miért érdemes abbahagyni? 110
A félbeszakítás a termelékenység ellensége 114
A megbeszélések mérgezők 118
Az elég jó rendben van 122
Gyors győzelmek 125
Ne légy hős! 128
Menj aludni! 131
A becsléseid nem jók semmire 134
A hosszú listák nem valósulnak meg 137
Hozz apró döntéseket! 140

VERSENYTÁRSÁK

- Ne másolj! 145
A terméked ne legyen tömegcikk! 148
Bocsátkozz harcba! 151
Múld alul a versenytársaid! 154
Kit érdekel, hogy mit csinálnak? 158

KIBONTAKOZÁS

- Kapásból mondj nemet! 163
 Hagyd, hogy az ügyfeleid kinőjenek! 166
 Ne keverd össze a lelkesedést a fontossággal! 169
 Otthon legyél jó! 171
 Ne írd le! 174

PROMÓCIÓ

- Örülj a sötétségnek! 177
 Teremtsd meg a közönségedet! 180
 Tanításban pipáld le a versenytársakat! 183
 Utánozd a sáfereket! 186
 Menj a színpadok mögé! 189
 Senki sem szereti a művirágot 192
 A sajtóközlemény olyan, mint a levélszemét 195
 Felejtsd el a *Wall Street Journal*! 198
 A drogдилerek jól csinálják 201
 A marketing nem egy részleg 203
 A mítosz, hogy máról holnapra szenzáció lesz 205

FELVÉTEL

- Először csináld magad! 209
 Akkor vegyél fel embert, ha fáj 212
 Hagyd ki a nagyszerű embereket! 214
 Idegenek egy koktélpartin 216
 Az önéletrajzok nevetségesek 219
 Lényegtelen évek 222
 Felejtsd el az iskolarendszerű képzést! 224
 Mindenki dolgozik 227
 Egyszemélyes menedzsereket vegyél fel! 229
 Nagyszerű írókat vegyél fel! 231

A legjobbak bárhol lehetnek 233

Vidd el az alkalmazottakat egy próbakörre! 236

KÁRELHÁRÍTÁS

Vállald be a saját rossz híreidet! 241

A gyorsaság mindent megváltoztat 244

Hogyan kérj bocsánatot? 247

Vezényelj mindenkit a frontvonalra! 250

Vegyel egy mély lélegzetet! 253

KULTÚRA

A kultúrát nem lehet létrehozni 257

A döntéseid nem örökre szólnak 259

Hagyd ki a rocksztárokat! 261

Nem tizenhárom évesek 263

Ötkor küldd haza az embereket! 266

Ne hagyd behegesedni az első vágást! 268

A saját hangodon szólalj meg! 270

Kerülendő szavak 273

A „minél előbb” méreg 276

ZÁRÁS

Az inspiráció romlandó 279

ERŐFORRÁSOK

A 37signalsről 282

A 37signals termékei 283

Köszönetnyilvánítás 284

BEVEZETÉS

Uzletikonyv.hu

Szeretnénk valami újat mondani a vállalkozások felépítéséről, működtetéséről és növekedéséről (vagy éppen a növekedés elmaradásáról).

Ez a könyv nem tudományos elméleteken alapul, hanem a saját tapasztalatainkon. Több mint tíz éve működünk az üzleti életben. Közben megéltünk két recessziót, egy buborék kipukkadását, változásokat az üzleti modellekben, derűs és baljós előrejelzéseket – és mindvégig nyereségesek maradtunk.

Szándékosan kisméretű cég vagyunk; olyan szoftvereket gyártunk, amelyek segítenek kisvállalkozásoknak és csoportoknak abban, hogy a dolgokat könnyen el tudják végezni. Világszerte több mint 3 millió ember használja a termékeinket.

1999-ben indultunk háromfős, webes tervezéssel foglalkozó tanácsadó cégként. 2004-ben elégedetlenek voltunk azzal a projektkezelő szoftverrel, amelyet az iparág többi része használt, ezért megalkottuk a saját programunkat, ez lett a Basecamp. Amikor megmutattuk ezt az online eszközt az ügyfeleinknek és a kollégáinknak, mindannyian ugyanazt mondták: „A mi cégünknek is kell egy ilyen.” Öt esztendő elteltével a Basecamp évente több millió dollár nyereséget termel.

Ma már más online eszközöket is árusítunk. A Highrise, az általunk kifejlesztett kapcsolatkezelő és egyszerű CRM (ügyfélkapcsolat-kezelő) eszköz több tízezer kisvállalkozásnál van használatban értékesítési lehetőségek, szerződések és több mint 10 millió kap-

csolat nyomon követésére. Több mint 500 ezer ember regisztrált a Backpackre, az általunk kifejlesztett intranetes és tudásmegosztó eszközre. A Campfire nevű, valós idejű üzleti csevegőprogramunk segítségével pedig az emberek eddig több mint 100 millió üzenetet küldtek. Mindezek mellett feltaláltunk egy Ruby on Rails névre keresztelt, nyílt forráskódú számítógépes programozási keretrendszert, amelyet a Web 2.0 világának a nagy része használ.

Néhányan úgy vélik, internetes cég vagyunk, de ezt nem halljuk szívesen. Az internetes cégek arról híresek, hogy ész nélkül veszik fel az új munkatársakat, vadul költenek, és látványosan mennek csődbe. Mi nem ilyenek vagyunk. Mi kicsik vagyunk (a könyv megjelenése idején, azaz 2010-ben összesen tizenhat fő), takarékosak és nyereségesek.

Sokan gondolják úgy, hogy amit teszünk, azt valójában meg sem tehetnénk. Mázlistának tartanak minket. Másoknak azt tanácsolják, hogy ne hallgassanak a tanácsainkra. Néhányan egészen odáig mennek, hogy felelőtlennek, könnyelműnek és – te jó ég! – hozzá nem értőnek neveznek minket.

A kritizálók nem értik, miként fordulhat elő, hogy egy cég nem foglalkozik növekedéssel, értekezletekkel, költségvetésekkel, igazgatóságokkal, hirdetésekkel, értékesítőkkal és a „való világgal”, mégis kiválóan megy neki az üzlet. De ez legyen az ő problémájuk, és ne a miénk. Azt mondják, a Fortune 500 kategóriájú vállalatok részére kell értékesíteni. Szerintünk ez baromság. Mi a Fortune 5 000 000-nak értékesítünk.

Szerintünk nincs olyan, hogy az alkalmazottaid szinte soha nem találkoznak személyesen, mert két kontinens nyolc városában dolgoznak szétszórva. Szerintünk pénzügyi előrejelzések és ötéves tervek nélkül egyetlen cég sem lehet sikeres. Pedig nincs igazuk.

Szerintük kell egy PR-cég, hogy olyan újságok írjanak rólunk, mint a *Time*, a *BusinessWeek*, az *Inc.*, a *Fast Company*, a *The New York Times*, a *Financial Times*, a *Chicago Tribune*, a *The Atlantic*, az *Entrepreneur* és a *Wired*. Pedig nincs igazuk. Szerintük nem oszthatod meg a receptjeidet, és nem leplezheted le a titkaidat, mert akkor lenyomnak a versenytársaid. De ebben sincs igazuk.

Szerintük nem versenyezhetsz a nagyfiúkkal jókora marketing és hirdetési keret nélkül. Szerintük nem lehetsz sikeres olyan termékekkel, amelyek kevesebbet tudnak, mint a versenytársaid termékei. Szerintük nem lehet a dolgokat menet közben kitalálni. Pedig mi pontosan ezt tettük.

Egy csomó mindent mondanak. Mi pedig azt mondjuk, hogy nincs igazuk. És ezt *be is bizonyítjuk*. Megírtuk ezt a könyvet, hogy neked is bemutassuk, hogy lehet bebizonyítani, hogy tévednek.

Először is teljesen szétszedjük a vállalkozást. Részeire bontjuk, és elmagyarázzuk, hogy miért érett meg a helyzet arra, hogy kidobjuk a hagyományos elképzeléseket a vállalatvezetés kellékeiről. Aztán pedig újjáépítjük. Meg fogod tanulni, hogyan fogj hozzá, miért van szükséged kevesebbre, mint amennyit gondolsz, mikor indulj, hogyan adj hírt magadról, kiket vegyél fel (és mikor), és hogyan tartsd az egészet az ellenőrzésed alatt.

Lássunk is hozzá!

ELŐSZÖR

Uzletikonyv.hu

WORK

WORK

WORK

REWORK

WORK

WORK

WORK

Az új valóság

Ez egy másfajta üzleti könyv másfajta emberek számára – olyanoktól, akik soha nem álmodtak vállalkozás elindításáról, olyanok számára, akik már létrehoztak és üzemeltetnek egy sikeres vállalkozást.

A keményvonalas vállalkozóknak, az üzleti világ A típusú, célratörő személyiségeinek készült. Olyanoknak írtuk, akik úgy érzik, arra születtek, hogy mozgásba hozzák és vezessék a dolgokat, és hódítsanak.

De azoknak a kisvállalkozóknak is szánjuk, akik nem ennyire nagyra törők. Azoknak, akik talán nem A típusúak, de azért a vállalkozás áll az életük középpontjában. Akik keresik a versenyelőnyt, amelynek révén többet tehetnek, okosabban dolgozhatnak, és nagyot kaszálhatnak a piacon.

De még azoknak is, akik megrekedtek egy állásban, és mindig is arról álmodoztak, hogy egyszer majd a saját vállalkozásukban fognak dolgozni. Talán szeretik a munkájukat, de a főnöküket ki nem állhatják. Vagy egyszerűen csak unják magukat. Szeretnének valami olyasmivel foglalkozni, amit szívesen csinálnak, és meg is tudnak élni belőle.

Végezetül azoknak az embereknek szól, akikben még soha nem merült fel, hogy egyedül belevágjanak, és elindítsanak egy vállalkozást. Talán úgy gondolják, hogy nem alkalmasak rá. Talán úgy, hogy nincs elég idejük, pénzük vagy meggyőződésük ahhoz, hogy végigvigyék a dolgot. Vagy egyszerűen csak félnek vásárra vinni

a bőrüket. Esetleg úgy gondolják, hogy a *vállalkozás* mocskos dolog. Akármilyen az indokuk, ez a könyv nekik is szól.

Új valóságban élünk. Manapság bárki vállalkozhat. Azok az eszközök, amelyekhez régen nem lehetett hozzájutni, ma bárki számára elérhetőek. Az a technológia, amely régen sok ezer dollárba került, ma pár dollárért vagy akár ingyen is beszerezhető. Egy ember el tudja végezni két vagy három másik, de néhány esetben akár egy egész részleg munkáját. Ami pár éve még lehetetlen volt, az ma már egyszerű feladat.

És nem kell rabszolga módjára heti 60/80/100 órát dolgoznod azért, hogy működjön a vállalkozás. Heti 10-40 óra bőven elegendő. Nem kell ráköltened az egész életed során összegyűjtött megtakarításodat, és hatalmas kockázatokat sem kell vállalnod. Ha az alkalmazotti munkád mellett elindítasz egy vállalkozást, azzal megkeresheted az összes pénzt, amire csak szükséged van. Iroda sem kell. Ma már otthonról is dolgozhatsz, vagy olyan emberekkel működhetsz együtt, akik sok ezer kilométerre vannak tőled, és személyesen még nem is találkoztál velük.

Eljött az idő, hogy átalakítsuk a munka fogalmát. Kezdjünk is hozzá!

MEGLEPŐ ÁLLÍTÁSOK

Uzletikonyv.hu

NE
FOGLALKOZZ

a VALÓ 
VILÁGGAL

Ne foglalkozz a való világgal!

„A való világban ez soha nem működne.” Ezt nagyon sokszor hallhatod, amikor egy új ötletről mesélsz az embereknek.

Úgy hangzik, mintha a való világ valami rettenetesen nyomasztó hely lenne. Ez az a hely, ahol az új elképzelések, a szokatlan megközelítések és az idegen koncepciók *mindig* megbuknak. Csak azok a dolgok lesznek nyerők, amiket az emberek már ismernek és használnak, még akkor is, ha hibásak és rossz a hatékonyságuk.

Kapard meg egy kicsit a felszínt, és azt fogod látni, hogy a „való világ” lakói tele vannak pesszimizmussal és kétségbeeséssel. Arra számítanak, hogy a friss koncepciók megbuknak. Azt feltételezik, hogy a társadalom még nem áll készen vagy nem képes a változásra.

Vagy ami még rosszabb, másokat is le akarnak rántani magukkal a sírba. Ha tele vagy reményekkel és ambíciókkal, megpróbálnak meggyőzni, hogy az ötleteid megvalósíthatatlanok. Azt fogják mondani, hogy csak az idődet pocsékolod.

De ne higgy nekik! Számukra talán ez a való világ, de ez nem jelenti, hogy neked is abban kell élned.

Ezt onnan tudjuk, hogy a saját cégünk is mindenféle módokon megbukik a valóvilág-próbán. A való világban nem dolgozhatsz egy tucát olyan alkalmazottal, akik két földrész nyolc különböző városában laknak. A való világban nem tudsz több millió vevőt vonzani értékesítők vagy hirdetések nélkül. A való világban nem

fedheted fel a sikerreceptedet a világ fennmaradó része számára. Mi viszont mindezt megtettük, mégis jól teljesítünk.

A való világ nem egy hely, hanem egy kifogás. Mentség arra, hogy meg sem próbálsz. Semmi köze nincs hozzád.

Uzletikonyv.hu

A KUDARC NEM BEAVATÁSI RÍTUS

Nem annyira fontos, hogy tanulj a hibáidból

Az üzleti világban a kudarc elvárt beavatási rítussá vált. Folyton azt hallod, hogy tízből kilenc vállalkozás csődbe megy, hogy a vállalkozásod esélyei a nullához közelítenek, hogy a kudarc jellemfejllesztő hatású. Azt tanácsolják neked, hogy: „Bukj meg korán és gyakran.”

Annyi kudarc van a levegőben, hogy kénytelen vagy beszívni. De ne tüdőzd le! Ne hagyd, hogy a statisztikák becsapjanak! Mások kudarcai csak annyit jelentenek, amit az elnevezés is mutat: *mások* kudarcait.

Ha mások nem tudják eladni a termékeiket, ahhoz neked semmi közöd. Ha mások nem tudnak csapatot építeni, ahhoz neked semmi közöd. Ha mások nem tudják helyesen beárazni a szolgáltatásaikat, ahhoz neked semmi közöd. Ha pedig mások nem tudnak többet keresni, mint amennyit költenek... valószínűleg mostanra már rájöttél, hogy mi a válasz.

Egy másik elterjedt tévhit: Tanulnod kell a hibáidból. Valójában mit tanulhatsz a hibáidból? Megtanulhatod, hogy mi az, amit *nem* szabad még egyszer megtenned, de ennek mi az értéke? Ettől még nem fogod tudni, hogy legközelebb *mit kell* tenned.

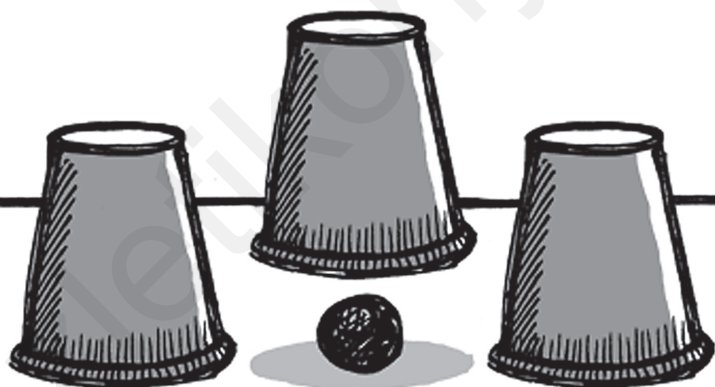
Most pedig állítsd szembe ezt azzal a tanítással, miszerint a sikereidből kell tanulnod. A siker valódi muníciót ad a kezébe. Ha valami sikerül, akkor tudod, mi az, ami működik – és meg tudod ismételni. És a következő alkalommal valószínűleg még jobban fogod csinálni.

A kudarc nem előfeltétele a sikernek. A Harvard Business School tanulmánya megállapította, hogy a már sikeres vállalkozók sokkal nagyobb valószínűséggel lesznek megint sikeresek (az általuk a jövőben megalapítandó vállalatok sikerességi rátája 34 százalék). Azok a vállalkozók viszont, akiknek a cége az első alkalommal megbukott, nagyjából ugyanazt a sikerességi rátát mutatják a későbbiekben, mint azok, akik életükben először alapítanak vállalkozást: mindössze 23 százalékot. Akik korábban megbuktak, ugyanolyan mértékben lesznek sikeresek, mint akik még sosem próbálkoztak.* Valójában a siker, nem pedig a kudarc megtapasztalása számít.

Mindez nem szabad, hogy meglepetésként érjen, hiszen a természet is pontosan így működik. Az evolúció nem foglalkozik a múlt kudarcaival, hanem mindig arra épít, ami már bevált. Neked is így kell tenned.

* Leslie Berlin: „Try, Try Again, or Maybe Not.” *The New York Times*, 2009. márc. 21.

A TERVEZÉS TALÁLGATÁS



A tervezés találgatás

Hacsak nem vagy jövőmondó, a hosszú távú üzleti tervezés nem több pusztá fantáziálásnál. Túl sok olyan tényező van, amire nincs befolyásod: piaci viszonyok, versenytársak, vevők, gazdaság stb. Ha tervet készítesz, akkor úgy érzed, hogy uralsz olyan dolgokat, amelyek felett a valóságban nincs hatalmad.

Akkor már jobb, ha a tervet annak nevezzük, ami a valóságban: találgatásnak. Mostantól kezdve nevezd az üzleti terveidet üzleti találgatásoknak, a pénzügyi terveidet pénzügyi találgatásoknak, a stratégiai terveidet pedig stratégiai találgatásoknak. Így nem kell annyit aggódnod miattuk. Nem érik meg azt a sok stresszt.

Amikor a találgatásokból csinálsz tervet, veszélyzónába lépsz. A tervek azt jelentik, hogy a múltad mozgatja a jövődet. A tervek szemellenzőt tesznek rád: „Errefelé tartunk, mégpedig azért, mert hát azt mondtuk, hogy errefelé tartunk.” És éppen ez a probléma: a tervek és az improvizálás nem férnek össze.

Márpedig tudnod kell improvizálni. Képesnek kell lenned arra, hogy kiaknázd a menet közben adódó lehetőségeket. Néha azt kell mondanod, hogy: „Azért vettünk új irányt, mert *ma* ez látszik a legjobb döntésnek.”

A hosszú távú terveknél az időrenddel is gondok vannak. Hiszen akkor van a legtöbb információd, amikor éppen csinálsz valamit, nem pedig *mielőtt* hozzákezdenél. Ezzel együtt mikor szoktál tervet készíteni? Általában akkor, amikor még semmit

nem tettél. Ez az idő a legkevésbé alkalmas egy nagy horderejű döntés meghozatalára.

Ezzel nem azt akarom mondani, hogy ne is gondolkodj a jövőn, és ne próbáld meg elképzelni, hogyan fogod leküzdeni az előálló akadályokat. Ezt a gyakorlatot érdemes elvégezni. Csak egyrészt ne érezd szükségét annak, hogy le is írd, másrészt ne agyalj rajta túl sokat. Ha valami nagy tervet készítesz, amúgy is nagyon valószínű, hogy soha nem fogod nézegetni. Ha egy terv hosszabb, mint néhány oldal, úgyis kövületként fogja végezni az iratszekrényedben.

Ne foglalkozz találgatással! Egy hétre, ne pedig egy évre előre dönts el, hogy mit fogsz csinálni. Találd ki, hogy mi a következő legfontosabb dolog, és azt tedd meg. A döntéseket akkor hozd meg, amikor rögtön következhet is a végrehajtás, és ne jóval előtte.

Nem baj, ha felkészülés nélkül indítasz. Csak szállj fel a repülőre, és kezd meg az utazást. Ha már odaértél, vehetsz magadnak egy szebb inget, borotvahabot és egy fogkefét.

Talán ijesztőnek tűnhet, ha tervek nélkül dolgozol, de ennél is ijesztőbb, ha vakon követsz egy olyan tervet, aminek nincs köze a valósághoz.

NÖVEKEDÉS

NÖVEKEDÉS

NÖVEKEDÉS

NÖVEKEDÉS

NÖVEKEDÉS

→ MIÉRT?

Miért kell növekedni?

Az emberek azt szokták kérdezni: „Mekkora a céged?” Ezt a kérdést csak úgy mellékesen teszik fel, de a választ egyáltalán nem tekintik mellékesnek. Minél nagyobb a szám, annál lenyűgözőbbnek, hozzáértőbbnek és ütősebbnek tartják majd, amit mondasz. „Hűha, ez már valami!” – mondják, ha száznál több alkalmazottad van. Ha kicsi a céged, akkor valami olyasmit fogsz hallani, hogy: „Ó... hát ez nagyszerű.” Az előbbit bóknak szánják, az utóbbi csak udvariaskodás.

Mi ennek az oka? Mi annyira fantasztikus abban, ha növekszik a vállalkozás? Miért mindig a terjeszkedés a cél? Mi a nagy méret vonzereje azonkívül, hogy hizlalja az egónkat? (A „mérethatékony-ság” emlegetése nem kielégítő válasz.) Mi a gond azzal, ha megtaláljuk a nekünk megfelelő méretet, és ahhoz tartjuk magunkat?

Vajon ha megnézzük a harvardi vagy az oxfordi egyetemet, akkor azt mondjuk, hogy: „Bárcsak terjeszkednének, új telephelyeket hoznának létre, felvennének még pár ezer professzort, globálisan működnének, és a világ minden részén nyitnának egyetemi kampuszokat... *akkor* nagyszerű iskolák lennének!” Hát persze, hogy nem így van. Ezeknek az intézményeknek az értékét nem így mérjük. Akkor a vállalkozásokat miért kellene így mérnünk?

Lehet, hogy a te vállalkozásod számára öt fő az ideális létszám. De az is lehet, hogy negyven. Vagy talán kétszáz. Esetleg csak te meg egy laptop. Ne bocsátkozz idő előtt semmilyen feltételezésbe arról, hogy milyen létszámú legyen a vállalkozásod. Növekedj

lassan, és próbáld meg ráérezni, hogy mi lenne az ideális létszám – sok vállalat ment már csődbe azért, mert idő előtt elkezdett új alkalmazottakat felvenni. És kerüld a hirtelen növekedési kiugrásokat is – ezek oda vezethetnek, hogy átugrod a számodra ideális létszámot.

A kis létszám nem feltétlenül egy lépcsőfok a nagyobb létszámhoz vezető úton. A kicsi önmagában is nagyszerű végállomás lehet.

Észrevetted már, hogy miközben a kisvállalkozások azt szeretnék, ha nagyobbak lennének, a nagyvállalatok arról álmodoznak, hogy bárcsak fürgébbek és rugalmasabbak tudnának lenni? És ne feledd, ha már nagy lett a céged, és valami miatt mégis kisebb szeretnél lenni, valószínűleg ki kell rúgnod embereket, romlani fog a morál, és teljesen át kell alakítanod az üzleti működést.

Ne legyen feltétlenül az a célod, hogy növeld a vállalkozásodat! És itt nem csak arról beszélünk, hogy mekkora az alkalmazottak létszáma. Ugyanez vonatkozik a kiadásokra, a bérleti díjakra, az informatikai infrastruktúrára, a bútorokra stb. Ezek a dolgok nem csak úgy megtörténnek veled. Te döntöd el, hogy bevállalod-e őket. És ha bevállalod, akkor ezzel egy kis plusz fejfájást is bevállalsz. Sok jövőbeni kiadásra mondasz igent, és arra kényszeríted magad, hogy egy összetett vállalkozást építs fel, amit aztán sokkal nehezebb és stresszesebb lesz vezetni.

Ne bizonytalankodj, ha arról van szó, hogy kisvállalkozó akarsz lenni! Mindenki büszke lehet magára, aki egy fenntartható és nyereséges vállalkozást vezet, legyen az kis- vagy nagyvállalat.



Munkamánia

Kultúránk dicsőíti a munkamániát. Sokat hallunk azokról az emberekről, akik állandóan túlóráznak. A fél éjszakát munkával töltik, aztán pedig az irodában alszanak. Dicsőségnek számít, ha egy projektben halálra hajszolod magad. Bármennyit dolgozol is, sosem elég.

Valójában a munkamánia nemcsak felesleges, de ostobaság is. A több munka nem jelenti azt, hogy többet is törődsz a dolggal, vagy hogy többet fogsz elvégezni. Egyszerűen csak annyit jelent, hogy többet dolgozol.

A munkamániások végső soron több problémát okoznak, mint amennyit megoldanak. Először is ez a munkatempó nem tartható sokáig. Amikor pedig jön a kiégés – ami biztosan elkövetkezik –, sokkal súlyosabb lesz.

A munkamániások ráadásul rossz helyen keresgélnek. Azzal próbálják megoldani a problémákat, hogy egyre több munkaórát vetnek be. Az intellektuális lustaságot nyers erővel akarják ellensúlyozni. Ez pedig olyan megoldásokat eredményez, amelyek nem elégségesek.

Akár válságot is okozhatnak. Nem keresik a módját annak, hogyan lehetnének hatékonyabbak, mert valójában *szeretnek* túlórázni. Szeretik, hogy hősnek érezhetik magukat. Maguk kreálnak (gyakran nem tudatosan) problémákat, hogy aztán legyen mire hivatkozni, amikor többet kell dolgozni.

A munkamániások miatt azok az emberek, akik „csupán” normál munkaidőben dolgoznak, elégtelennek érzik a saját munkájukat. Ez pedig büntudathoz és általánosan gyenge morálhoz vezet. Ráadásul kialakul egyfajta „az a biztos, ha ott ülök a gép mellett” mentalitás: az emberek kötelességtudatból maradnak sokáig a munkahelyükön, még akkor is, ha valójában már nem végeznek értelmes munkát.

Ha semmi mást nem csinálsz, csak dolgozol, valószínűleg romlani fog a józan ítélőképességed. Eltorzul az értékrended és a döntéshozó képességed. Nem fogod tudni eldönteni, hogy mi az, ami megéri az extra erőfeszítést, és mi az, ami nem. Ráadásul egész egyszerűen elfáradsz. Fáradtan pedig senki nem képes okos döntéseket hozni.

Mindent összevetve, a munkamániások valójában nem érnek el többet, mint azok, akikre nem jellemző a munkamánia. Talán azt állítják magukról, hogy perfekcionistaik, de ez csak annyit jelent, hogy jelentéktelen részletekre pazarolják az idejüket ahelyett, hogy hozzálátnának a következő feladathoz.

A munkamániások nem hősök. Nem a nap hősei, csak a felhasználói. A valódi hős már otthon van, mert megtalálta a módját annak, hogyan tudja a dolgokat gyorsabban elvégezni.