

# Peržiūrėtas e. mitas: kodėl dauguma mažųjų įmonių nedirba ir ką su tuo daryti

Autorius Michaelas E. Gerberis

MP3 versija: [https://bookskim.lt/mp3/lt/book/www.bookskim.lt\\_652\\_abstrakt-Perziuretas\\_e\\_mitas\\_.mp3](https://bookskim.lt/mp3/lt/book/www.bookskim.lt_652_abstrakt-Perziuretas_e_mitas_.mp3)

## Santrauka:

Peržiūrėtas e. mitas: kodėl dauguma mažųjų įmonių nedirba ir ką su tuo daryti – Michaelo E. Gerberio knyga apie įprastas smulkaus verslo savininkų klaidas ir kaip jų išvengti. Autorius teigia, kad dauguma mažų įmonių žlunga, nes jų savininkai nesupranta skirtumo tarp darbo su savo verslu ir jame. Jis aiškina, kad verslininkai turi sutelkti dėmesį į savo verslo valdymo sistemų kūrimą, o ne tik patys atlikti visą darbą. Gerberis pradeda aptardamas, kodėl tiek daug mažų įmonių žlunga, o tai daugiausia sieja su „verslumo mitu“ – tikėjimu, kad kiekvienas gali pradėti sėkmingą verslą be jokių specialiųjų žinių ar įgūdžių. Tada jis paaiškina, kas daro sėkmingą verslininką, ty žmogų, kuris supranta tiek techninius verslo valdymo, tiek valdymo aspektus. Tam reikia suprasti ne tik tai, kaip viskas daroma, bet ir kodėl jie daromi. Gerberis apibūdina savo trijų žingsnių sėkmingo verslo kūrimo procesą: pirma, sukurkite verslumo perspektyvą; antra, sukurti sistemas, skirtas valdyti savo veiklą; ir trečia, suburkite žmonių komandas, kurios padės efektyviai valdyti įmonę. Viso šio proceso metu jis pabrėžia, kaip svarbu skirti laiko nuo kasdienės veiklos, kad būtų galima strategiškai galvoti apie ilgalaikius tikslus. Be praktinių patarimų, kaip pradėti ir vykdyti sėkmingą verslą, Gerberis taip pat siūlo suprasti kai kuriuos psichologinius iššūkius, su kuriais susiduria verslininkai, pavyzdžiui, nesėkmės baimę ar nepasitikėjimą savo jėgomis. Jis skatina skaitytojus ne tik suvokti šias problemas, bet ir imtis veiksmų jas įveikti. Apskritai The E-Myth Revisited pateikia vertingų gairių trokštantiems verslininkams, ieškantiems būdų, kaip padidinti savo sėkmės galimybes įgyvendinant naują įmonę. Pabrėždamas strateginį planavimą, o ne kasdienes operacijas, jis padeda skaitytojams gauti aiškumo, ką reikia padaryti norint pasiekti ilgalaikę verslo sėkmę.

## Pagrindinės idėjos:

**#1. E-mitas: Verslumo mitas yra įsitikinimas, kad kiekvienas gali būti verslininkas ir valdyti sėkmingą verslą. Šis mitas yra klaidingas ir gali sukelti nesėkmę, jei į jį nebus tinkamai atsižvelgta. Kad būtų sėkmingas, verslininkas turi suprasti tris skirtingus verslo vaidmenis: techniką, vadovą ir verslininką.**

E-Mitas arba verslumo mitas yra įsitikinimas, kad kiekvienas gali būti verslininkas ir sėkmingai vykdyti verslą. Šis mitas yra klaidingas ir gali sukelti nesėkmę, jei į jį nebus tinkamai atsižvelgta. Norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi suprasti tris skirtingus verslo vaidmenis: techniką, vadovą ir verslininką. Kaip technikas esate atsakingas už kasdienių užduočių, būtinų sklandžiai jūsų verslo veiklai, atlikimą. Taip pat gali tekti kurti naujus produktus ar paslaugas, kad išliktumėte konkurencingi savo pramonėje. Kaip vadovas, turėsite efektyviai valdyti žmones ir išteklius, kad užtikrintumėte, jog visi jūsų verslo aspektai veiktų efektyviai. Galiausiai, kaip verslininkas, turėsite turėti viziją, kur norite, kad jūsų įmonė eitų ir kaip ji turėtų ten patekti. Jūs taip pat turite turėti galimybę pririzikuoti ir tinkamai valdyti riziką, kad nuostoliai būtų kuo mažesni. Suprasdami šiuos tris vaidmenis savo versle, verslininkai gali sukurti sistemas, kurios suteikia jiems daugiau laiko laisvės ir kartu sėkmingai įgyvendina savo verslą.

**#2. Technikų spąstai: Daugelis verslininkų patenka į technikų spąstus, kur per daug dėmesio skiria techniniams verslo aspektams, o nepakankamai – vadybiniais ir verslumo aspektams. Tai gali sukelti perdegimą ir nesugebėjimą išplėsti verslą.**

Technikų spąstai yra dažna problema verslininkams, ypač tiems, kurie pradeda savo verslą. Taip atsitinka, kai verslininkas per daug dėmesio skiria techniniams verslo valdymo aspektams, o nepakankamai – vadybiniais ir verslumo aspektams. Tai gali sukelti perdegimą, taip pat nesugebėjimą išplėsti verslą, kad jį išplėstų. Technikų

spąstų galima išvengti, nes reikia laiko suprasti visus sėkmingo verslo aspektus, įskaitant rinkodarą, finansus, operacijas, klientų aptarnavimą ir kt. Savo knygoje *The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Dont Work and What To Do about it* Michael E. Gerber paaikškina, kad daugelis verslininkų patenka į šiuos spąstus, nes neturi reikiamų įgūdžių ar žinių, reikalingų sėkmingai valdyti verslą. Jis siūlo, kad užuot sutelkę dėmesį tik į technines užduotis, tokias kaip kodavimas ar svetainių kūrimas, verslininkai taip pat turėtų sutelkti dėmesį į savo valdymo įgūdžių tobulinimą, kad galėtų efektyviai valdyti savo verslą. Gerber rekomenduoja savo organizacijoje sukurti sistemas, kurios padėtų efektyviai valdyti kasdienes operacijas ir atlaisvins laiko kitoms svarbioms užduotims, pvz., tinklų kūrimui su potencialiais klientais ar partneriais. Be to, jis skatina verslininkus prirėikus tam tikras užduotis atlikti iš išorės, kad būtų dar daugiau laiko strateginiam planavimui ir augimo iniciatyvoms.

**#3. „Iki rakto“ revoliucija: norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi sukurti verslą, kuris galėtų veikti be jų. Tam reikia sukurti sistemas ir procesus, kuriuos būtų galima pakartoti ir keisti.**

„Iki rakto“ revoliucija – tai koncepcija, pabrėžianti verslo, galinčio veikti be savininko, kūrimo svarbą. Tai reiškia, kad sistemos ir procesai yra atkartojami ir keičiami, kad verslas galėtų augti nereikalaujant daugiau verslininko indėlio. Taip pat reikia suprasti, kaip efektyviai deleguoti užduotis, kad darbuotojai ar rangovai galėtų prisiimti dalį darbo krūvio. Tokios sistemos sukūrimas reikalauja laiko ir pastangų, tačiau tai būtina ilgalaikėi sėkmei. Be jo verslininkai bus įstrigę savo versle ir neturės išėities. Jie negalės plėstis arba plėstis į naujas rinkas, nes neturi tam reikalingos infrastruktūros. „Iki rakto“ revoliucija skatina verslininkus galvoti ne tik apie pinigų uždirbimą; vietoj to jie turėtų sutelkti dėmesį į kažko tvaraus ir ilgalaikio kūrimą. Taikydami šį metodą, verslininkai gali kurti verslą, kuris ne tik būtų pelningas, bet ir turi išlikimo galią.

**#4. Franšizės prototipas: franšizės yra sėkmingos, nes jos turi įrodytą verslo modelį, kurį galima pakartoti ir išplėsti. Verslininkai turėtų stengtis sukurti savo verslo franšizės prototipą.**

Franšizės prototipas yra verslo modelis, kuris buvo išbandytas ir įrodytas kaip sėkmingas. Tai suteikia verslininkams galimybę atkartoti esamą verslo modelį ir kartu išplėsti savo veiklą. Pagrindiniai sėkmingo franšizės prototipo elementai yra šie: 1) Aiškus misijos pareiškimas – tai turėtų apibrėžti jūsų verslo tikslą ir nurodyti visų būsimų sprendimų kryptį. 2) Efektyvi rinkodaros strategija – turite sukurti planą, kaip pasieksite potencialius klientus ir didinsite prekės ženklą žinomumą. 3) Gerai apibrėžta operacinė sistema – tai apima viską nuo klientų aptarnavimo protokolų iki finansų valdymo sistemų. 4) Kokybės kontrolės priemonės – užtikrina, kad kiekviena vieta atitiktų tuos pačius standartus, kaip ir kitos jūsų tinklo franšizės. <P > 5) Mokymo programos – franšizės gavėjai turi būti apmokyti, kaip valdyti savo verslą pagal jūsų nurodymus.</P >

**#5. Verslumo perspektyva: norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi mąstyti kaip verslininkas, o ne tik kaip technikas. Tam reikia suprasti bendrą vaizdą ir turėti ateities viziją.**

Verslumo perspektyva yra esminė kiekvieno sėkmingo verslininko mąstysena. Tai apima bendrą vaizdą ir aiškia viziją, kur norite nukreipti savo verslą. Tai reiškia, kad reikia suprasti rinką, nustatyti galimybes ir kurti strategijas, kurios padės pasiekti užsibrėžtus tikslus. Be to, norint išlikti prieš konkurentus, reikia rizikuoti ir eksperimentuoti su naujomis idėjomis. Verslininkai turi sugebėti mąstyti už langelio ribų ir pasiūlyti kūrybiškų problemų, su kuriomis jie susiduria, sprendimus. Jie turi sugebėti identifikuoti potencialius klientus, kurti rinkodaros planus, kurti produktus ar paslaugas, atitinkančius klientų poreikius, efektyviai valdyti finansus, samdyti darbuotojus, kurie padėtų pasiekti užsibrėžtus tikslus, ir užmegzti ryšius su partneriais, galinčiais suteikti išteklių ar patirties. Be to, verslininkai turi turėti stiprių vadovavimo įgūdžių, kad motyvuotų savo komandos narius ir įkvėptų juos sėkmei. Galiausiai, verslininkai visada turėtų siekti nuolatinio tobulėjimo, mokydami iš klaidų ir prirėikus greitai prisitaikydami.

**#6. Sisteminis požiūris: norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi sukurti sistemas ir procesus, kuriuos būtų galima pakartoti ir padidinti. Tam reikia suprasti kliento kelionę ir sukurti klientų patirtį, kurią būtų galima pakartoti.**

Sisteminis požiūris – tai būdas pažvelgti į verslą, pabrėžiantis sistemų ir procesų, kuriuos būtų galima atkartoti ir

padidinti, kūrimo svarbą. Šis požiūris reikalauja, kad verslininkai suprastų savo kliento kelią nuo pradinio kontakto iki pirkimo ir vėliau, kad sukurtų patirtį, kurią būtų galima pakartoti kiekvienam klientui. Tai taip pat apima supratimą, kaip skirtingos verslo dalys sąveikauja viena su kita, kad jos galėtų efektyviai dirbti kartu. Norint sukurti efektyvias sistemas, reikia kruopštaus planavimo ir dėmesio detalėms. Verslininkai turi apsvarstyti kiekvieną proceso žingsnį – nuo rinkodaros strategijų iki produkto pristatymo, kad klientams būtų užtikrinta nuosekli patirtis. Jie taip pat turėtų pagalvoti apie būdus, kaip automatizuoti tam tikras užduotis arba supaprastinti procesus, kad jos neatimtų daug laiko ar nebūtų brangios. Galiausiai, verslininkai visada turėtų ieškoti galimybių tobulinti savo sistemas, išbandydami naujas idėjas arba koreguodami, remdamiesi atsiliepimais.

**#7. Žmonių veiksnys: norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi suprasti žmonių svarbą ir suprasti, kaip juos samdyti, mokyti ir valdyti. Tam reikia suprasti skirtingus kiekvieno komandos nario vaidmenis ir pareigas.**

Žmonių faktorius yra esminis bet kurio sėkmingo verslo elementas. Kaip verslininkui, svarbu suprasti žmonių svarbą ir kaip juos efektyviai samdyti, mokyti ir valdyti. Tai reiškia, kad reikia suprasti skirtingus kiekvieno komandos nario vaidmenis ir atsakomybę, siekiant užtikrinti, kad visi dirbtų kartu siekdami bendro tikslo. Taip pat reikia turėti aiškią viziją, ko norite, kad jūsų verslas pasiektų, ir apie tai pranešti savo komandai, kad jie galėtų dirbti kartu, kad tai pasiektų. Labai svarbu samdyti tinkamus žmones – tuos, kurie turi savo vaidmeniui reikalingų įgūdžių, bet taip pat turi panašias vertybes kaip jūs. Priėmus į darbą, turėtų būti organizuojami mokymai, kad darbuotojai turėtų visas reikalingas žinias ir priemones, kurių jiems reikia sėkmingam darbui. Galiausiai, efektyvus valdymas užtikrina, kad visi jūsų komandos nariai suprastų savo vaidmenį įmonės struktūroje ir bendradarbiautų siekdami sėkmės. Pradėdami verslą arba vykdydami verslą, atsižvelgdami į žmonių veiksnį, verslininkai galės sukurti aplinką, kurioje kiekvienas jaustųsi vertinamas ir motyvuotas, o tai galiausiai padidins produktyvumo lygį.

**#8. Rinkodaros mąstysena: norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi suprasti rinkodaros svarbą ir kaip sukurti rinkodaros planą, kuris pritrauktų ir išlaikytų klientus.**

Rinkodaros mąstymas yra būtinas, kad verslininkai būtų sėkmingi. Tai apima rinkodaros svarbos supratimą ir tai, kaip sukurti planą, kuris pritrauktų ir išlaikytų klientus. Geras rinkodaros planas turėtų apimti tikslinės rinkos analizę, strategiją, kaip ją pasiekti, ir taktiką, kaip su jais bendrauti. Be to, reikėtų atsižvelgti į kainodaros strategijas, reklaminę veiklą, klientų aptarnavimo iniciatyvas ir kitus elementus, būtinus užmegzti ryšius su klientais. Norint sukurti sėkmingą rinkodaros planą, reikia iširti potencialių klientų poreikius, taip pat suprasti jų pirkimo įpročius. Verslininkai taip pat turi suprasti, kaip jų produktas ar paslauga dera į konkurencinę aplinką, kad išsiskirtų iš konkurentų. Supratę šiuos veiksnius, verslininkai gali kurti žinutes, kurios atitiktų jų tikslinę auditoriją. Galiausiai, verslininkai turi įvertinti rezultatus, kad nustatytų, ar jų pastangos atsiperka. Tai apima pardavimo duomenų stebėjimą laikui bėgant ir klientų atsiliepimų stebėjimą atliekant apklausas ar tikslines grupes. Reguliariai vertindami veiklą pagal pradiniam rinkodaros plane nustatytus tikslus, verslininkai gali prireikus pakoreguoti. Apibendrinant galima pasakyti, kad bet kuriam verslininkui, norinčiam pasisekti šiandieninėje verslo aplinkoje, labai svarbu gerai išmanyti rinkodaros pagrindus. Supratimas, kaip geriausiai pasiekti potencialius klientus ir veiksmingai juos įtraukti, yra ilgalaikės sėkmės pagrindas.

**#9. Finansinis fondas: norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi suprasti finansų valdymo svarbą ir kaip sukurti finansinį planą, kuris užtikrintų verslo pelningumą.**

Bet kurio verslo finansinis pagrindas yra būtinas sėkmei. Neturėdami gero supratimo apie finansų valdymo svarbą ir kaip sukurti finansinį planą, verslininkai stengsis, kad jų verslas būtų pelningas. Michaelas E. Gerberis savo knygoje „The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It“ paaiškina, kad verslininkai turi turėti išsamių žinių apie apskaitos principus, pinigų srautų analizę, biudžeto sudarymo metodus ir kitus su finansais susijusius aspektus, jei nori, kad jų verslas būtų sėkmingas. Gerber pabrėžia, kad gerai išmanyti finansus svarbu ne tik norint sekti pajamas ir išlaidas, bet ir užtikrinti, kad prireikus verslui būtų pakankamai pinigų. Jis siūlo sudaryti išsamų biudžetą su tikroviškomis prognozėmis, kad galėtumėte numatyti galimas problemas prieš joms atsirandant. Be to, jis rekomenduoja atidėti lėšas kaip rezervus, jei atsirastų netikėtų išlaidų arba pardavimai būtų

mažesni nei tikėtasi. Veiksmingas finansinis planas yra labai svarbus bet kuriam verslininkui, kuris nori, kad jų verslas būtų sėkmingas. Skirdami laiko suprasti pagrindinius apskaitos principus ir kurdami strategijas, tokias kaip biudžeto sudarymas ir pinigų srautų analizė, verslininkai gali užtikrinti, kad jų verslas laikui bėgant išliks finansiškai stabilus.

**#10. Lyderystės imperatyvas: norėdami būti sėkmingi, verslininkai turi suprasti lyderystės svarbą ir kaip sukurti sėkmės kultūrą. Tam reikia suprasti skirtingus vadovavimo stilius ir kaip motyvuoti bei įkvėpti komandos narius.**

Lyderystės imperatyvas yra esminė sąvoka, kurią verslininkai turi suprasti, kad jie būtų sėkmingi. Lyderiai turi pripažinti sėkmės kultūros kūrimo svarbą ir tai, kaip skirtingi vadovavimo stiliai gali padėti motyvuoti ir įkvėpti komandos narius. Tai reiškia, kad reikia suprasti kiekvieno komandos nario poreikius, stipriąsias, silpnąsias puses ir motyvaciją, kad būtų galima juos veiksmingai valdyti. Taip pat reikia turėti aiškią viziją, kaip atrodo sėkmė, ir aiškiai apie tai pranešti visiems dalyvaujantiems. Lyderiai taip pat turi turėti stiprių bendravimo įgūdžių, kad užtikrintų, jog jų žinią išgirstų visi komandos nariai. Jie turėtų stengtis sukurti aplinką, kurioje kiekvienas jaustųsi patogiai reikšdamas savo idėjas, nebijodamas kritikos ar vertinimo. Be to, lyderiai turi skatinti komandos narių bendradarbiavimą, skatindami atvirą dialogą ir prireikus teikdami grįžtamąjį ryšį. Galiausiai lyderiai turi sugebėti prireikus priimti sunkius sprendimus, kartu išlaikant pagarbą tiems, kuriuos jie paveikė. Tam reikia sugebėti kritiškai mąstyti apie galimus sprendimus prieš priimant galutinius sprendimus ir būti pasiryžus priimti atsakomybę, jei viskas vyksta ne pagal planą.