

Naslov ove knjige proizišao je iz pitanja koje je jedan od poznatih vođa hrvatskih sindikata postavio Jacku Welchu, potaknut onim podatkom o 10% zaposlenika kojima treba dati otkaz jer su im rezultati ispod očekivanja vlasnika i menadžera. Pitanje je otprilike glasilo: «Možete li zaspati znajući da ste dali otkaz tisućama ljudi?»

Jack Welch ne trepnuvši (figurativno rečeno) odgovorio je: «To je jako lagano pitanje. Imam jako dobre odnose sa šefovima sindikata. Dovoljno su prosvijetljeni da shvaćaju da razvoj mora biti konkurentan ili će sve propasti. Spavao sam jako dobro, svjestan da sam spriječio da završimo kao General Motors koji vaši sindikalni kolege 15 godina potapaju. Smatram da je najbolje što menadžer može učiniti osobi koja ne radi dobro, jest što prije joj reći da potraži novi posao, i to kad ima 30, a ne 50 godina.

Menadžer mora reći ljudima koliko dobro ili loše rade. Trebaju vas osjetiti na svojoj koži svaki dan, moraju znati da se brinete za njih i želite da uspiju, ali i da neće dalje ako nisu dovoljno dobri.»

Iskreno rečeno, drukčiji odgovor nisam niti očekivao. Jedan od važnijih ekonomskih zakona kaže i da se ne mogu čuvati radna mjesta pod svaku cijenu, a da se istodobno neće generirati gubitci. I student prvog sata prve godine na ekonomiji ili poslovnoj školi znat će reći da je bolja varijanta ukinuti ono što nije u redu i transformirati u ono što bi moglo biti u redu, nego dopustiti da tvrtka propadne.

Svaki djelatnik, kad se zapošljava u tvrtki koja nije u njegovu (potpunom ili djelomičnom) vlasništvu, mora znati da ima samo tri mogućnosti (koje će se i inače javljati tijekom radnog vijeka i rada u svakoj tvrtki):

- a) napredovati
- b) stagnirati
- c) dati ili dobiti otkaz.

Kad je netko spreman ulagati u sebe kako bi smanjio mogućnost dobivanja otkaza, a povećao mogućnost napredovanja ili davanja otkaza radi napredovanja u drugoj tvrtki, onda se opet vraćamo ekonomskim zakonima. Tko nudi više ideja (proizvoda na tržištu) imat će više kupaca. Tko ima više kupaca imat će veći prihod, očekivano i veću zaradu. Tko ima veću zaradu moći će opet više uložiti u sebe. A svatko od nas je na tržištu.

Naravno da se može napredovati i lažima, ucjenama nadređenih ili kolega, kao i političkim ili obiteljskim vezama. Menadžer koji unapređuje podređene zbog ovih razloga morat će ili naći nekoga (recimo, manje spretnije ili sretnije kolege na poslu) da rade posao umjesto i za njih, ili će sam morati potegnuti da bi popunio prazninu nastalu unapređenjem nekoga tko nema pojma o poslu koji je preuzeo.

Svatko od nas svakodnevno nešto prodaje. Proizvode, usluge, vrijeme, energiju, ruke, noge, tijelo, znanje, ideje, snove ili neku vještinu. Svakoga dana prodajemo svoje sposobnosti i kupujemo tuđe, i o umijeću dobre trgovine ovisi naše zadovoljstvo, zdravlje, materijalno stanje i sreća.

Knjiga koju držite u rukama kreće od pretpostavke da na tržištu mogu uspjeti samo pojedinci, tvrtke i države koji njeguju kulturu partnerstva. Pojedinaac, koji uzima drugima da bi dao sebi (na primjer, vlasnik trgovačkog lanca koji zaposlenicima daje minimalnu plaću samo da bi ostvario veći profit iz

kojeg može sebi kupiti stotine tisuća eura vrijedan automobil i jahtu) ne nudi partnerstvo. Tvrtka koja uzima da bi dala svojem vlasniku, dioničarima ili menadžerima (na primjer, tvrtka koja ne plaća dobavljače na vrijeme ili svojom aktivnošću zagađuje okoliš) ne nudi partnerstvo. Država kojom upravlja vlada koja uzima gospodarstvu i građanima da bi dala povlaštenima, također ne nudi partnerstvo.