***Успешный бизнес писатель – кто он?***

Я недавно задумалась о том, чем бизнес писатель отличается от своих коллег, работающих в других жанрах? Что именно они должны знать и уметь, чтобы их работы пользовались популярностью и действительно помогали ответить на наиболее «острые» вопросы читателей? И что вообще объединяет литературу бизнес направления?

Чаще всего читателями бизнес литературы являются те, кто непосредственно с ним связан, а значит имеет какой-то личный опыт и накопленные знания. Возможно «нажитые» навыки и не всегда успешны, а возможно и наоборот, поэтому книги по бизнесу они воспринимают, как инструмент, позволяющий почерпнуть недостающую информацию. И их, вряд ли заинтересует теория, им гораздо важнее узнать практическую информацию, проверенную на чьём-либо опыте и выводах, сделанных из неё. А такой информацией могут располагать те, кто на собственном опыте «набил шишки», что-то попробовал, сделал выводы и получил результат. Так что получается так: чтобы писать о бизнесе, нужно в нём быть!

Я провела небольшое исследование: проанализировала несколько десятков бизнес авторов, как отечественных, так и зарубежных, чтобы понять ***кто они***. Мне было важно разобраться в их компетенциях. Почему они могут делиться свои опытом и откуда взялся этот опыт. И главное, чем они зарабатывают на жизнь – только издательством бизнес литературы, либо же совмещают ещё с какими-то профессиями.

Я расскажу подробно о нескольких бизнес писателях, чья изданная литература мне показалась наиболее интересной. А интересна она, именно потому, что основана на реальном опыте и является практическим инструментом, который каждый из нас, пусть и не в полном объёме, но может применить на собственной практике.

[***Дмитрий Потапенко***](https://vk.com/potapenkodmitry)

Предприниматель, экономист, управляющий партнер компании Management Development Group Inc. Автор нашумевшего издания ["Честная книга о том, как делать бизнес в России"](http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=5311220).

***Карьера***

Начало карьеры Дмитрия припало на студенческие годы – это была банальная торговля на рынке, которая переросла в основание в 1989 компании «Чёрный барс». С 1992 совместно с Natashkyang Korotia Systems импортировал в Россию электронику и реализовывал её в собственной розничной сети «Тусар». С 1995 года, поднимаясь по карьерной лестнице в компании Grundig дослужился до заместителя президента. С 1998 по 2001 в качестве генерального директора занимался развитием деревоперерабатывающего завода. 2001 – 2003 года – заместитель директора компании «Логос». По 2005 года руководитель «Пятёрочки». С 2005 – управляющий партнёр Management Development Group Inc.

***История создания книги***

По словам Дмитрия, мысли о создании книги у него появились лет пять назад. Хотелось честно, без прикрас рассказать о российской бюрократии и о том, с чем вынужден будет столкнуться каждый предприниматель. И когда личного опыта стало предостаточно, началась работа над книгой, которая заняла почти полтора года.

***Полезность информации***

«Эта книга – не очередной учебник по бизнесу. Это своего рода семинар, где основное внимание уделено не изложению пространных теорий, а разбору ситуаций и проблем, с которым предприниматели сталкиваются каждый день.» - так позиционирует свой труд Дмитрий. Действительно в книге, он открыто рассказывает о непобедимости коррупционных схем, о недостаточно высоком уровне управленцев и даже о том, как контрабандой завозил товары в Россию. Автор откровенно делится личным опытом. Но, по моему мнению, опыт 80-90х и даже начала нулевых можно почитать только для общего развития, он не применим к современному бизнесу. А вот современный опыт в построении и налаживании бизнес-процессов, может пригодится, в первую очередь розничным сетям.

***Бизнес-позиционирование***

Дмитрий позиционирует себя, с одной стороны, как успешный предприниматель, знающий ответы на любые вопросы, поэтому в книге он отвечает на вопросы, связанные с построением бизнес-процессов, поиске клиентов, запуске start-up. А с другой, как беспринципный критик, «крушащий» современные рынки и подходы к предпринимательству.

[***Константин Бакшт***](https://vk.com/kbaksht)

Современный российский писатель, консультант и предприниматель, автор книг по ведению бизнеса, маркетингу и управлению персоналом. Наиболее известное его произведение ["Как загубить собственный бизнес. Вредные советы предпринимателям"](http://velib.com/book/baksht_konstantin_aleksandrovich/kak_zagubit_sobstvennyjj_biznes_vrednye_sovety_predprinimateljam/#book_361585).

***Карьера***

Учился он в Саратовском государственном университете, изучая прикладную математику. Карьера началась в 1993 году в ИВЦ Приволжской железной дороги. Тогда он руководил программистами. Спустя всего два года уже получил кресло директора узла сети «САРНОД». Позже работал в ЗАО «САРНЕТ», «Фаннет Телеком», «РЕНЕТ КОМ». Имеет двадцатилетний опыт личных продаж, пятнадцатилетний опыт управления и ведения собственного бизнеса: телекоммуникационные компании (Интернет, IP-телефония), недвижимость, ценные бумаги, СМИ, компьютерные салоны и интернет-центры, сеть салонов сотовой связи.

***История создания книги***

Среди множества [книг](http://readli.net/avtor/Baksht-Konstantin-Aleksandrovich), написанных автором, данное произведение является «энциклопедией» накопленного опыта. Занимаясь активными продажами и участвуя в построении отделов продаж, Константин накапливал типичные ошибки, присущие многим компаниям, которые «вылились» в целую книгу. Понимая, что основной урон компании наносят сами собственники, появилась цель – «перечислить основные грабли, которые тормозят развитие или губят на корню большинство малых и средних бизнесов России».

***Полезность информации***

Данное издание, в первую очередь полезно для самих предпринимателей, которые не могут понять причины отрицательной динамики развития собственного бизнеса. В книге очень подробно описываются основные ошибки на каждом этапе развития компании и даны конкретные инструменты для решения целого комплекса проблем. Эта работа даёт возможность «трезво» оценить ситуацию и принять ряд управленческих решений.

***Бизнес-позиционирование***

Являясь продажником «до глубины души», Константин всю свою литературную и предпринимательскую деятельность направляет на построение системы идеальных продаж. Каждое издание – это очередной инструмент, призванный облегчить жизнь отделу продаж, выстроить грамотную систему мотивации, разработать маркетинговую политику и достичь поставленных целей.

[***Александр Шохов***](https://www.facebook.com/shokhov.alexander?ref=br_rs)

Партнер в Бюро развития бизнеса "ПрактикУм", бизнес-тренер, писатель, автор бизнес статей: ["Корпоративная культура: сущность, создание и развитие"](http://muty.nadoest.com/aleksandr-shohov-v2/index.html), ["Профессиональные стандарты управленческого консалтинга"](http://muty.nadoest.com/aleksandr-shohov-professionalenie-standarti-upravlencheskogo-k/index.html), ["Функция готовности покупателя совершить покупку"](http://muty.nadoest.com/aleksandr-shohov-funkciya-gotovnosti-pokupatelya-sovershite-po/index.html) и мн.др.

***Карьера***

Башкирский Государственный Университет (античная история) (1985- 1992), аспирантура в Уфимском Авиационном Университете (Экономика, Социология) (1993-1996), соискатель на кафедре культурологии философского факультета Одесского Национального Университета им. И.И.Мечникова (2015 – настоящее время). С 2001 по 2011 – разработчик стратегий развития отраслей промышленности для республики Казахстан. С 2012 по 2015 – стратегический партнёр Palma Group Management (Швейцария). С 2016 по настоящее время - стратегический консультант, партнер в компании «ПрактикУМ».

***Полезность информации***

Что касается бизнес-литературы, то она содержит практические инструменты стратегического планирования и анализа, которые применимы к торговым компаниям различного масштаба. Во многих статьях подробно описаны математические модели вычисления динамики продаж, прибыли, маржинальности и в целом операционной деятельности.

***Бизнес-позиционирование***

Александр позиционирует себя как стратегический консультант и писатель фантаст. Именно поэтому его [книги](http://detectivebooks.ru/author/25233742/) написаны, в основном в жанре научной фантастики, а вот научные статьи направлены на построение системного бизнеса, поиска оптимальных показателей эффективности, создания стратегических бизнес-планов, системы мотивации и управленческих стандартов.

[***Игорь Манн***](https://www.facebook.com/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3-%D0%98%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8C-%D0%9C%D0%B0%D0%BD%D0%BD-538950542956836/)

Известный российский маркетолог, писатель, кандидат экономических наук, автор бестселлеров по экономике, маркетингу и PR. Наиболее популярна его книга ["Арифметика маркетинга для первых лиц"](http://velib.com/book/mann_igor/arifmetika_marketinga_dlja_pervykh_lic/#book_37827).

***Карьера***

В 1989 году окончил Московский институт управления. В 1993 году стал менеджером по маркетинговым коммуникациям в швейцарской компании Ciba-Geigy. В 1995 году - директор по маркетингу в компании Konica Corporation. В 1998 -директор по маркетингу в Lucent Technologies. В 2000 году, когда из Lucent Technologies была выделена новая компания Avaya, получил в ней назначение на должность регионального директора по маркетингу в регионе Центральной Восточной Европы, СНГ, Ближнего Востока и Африки. С 2003 года — директор по маркетингу компании Alcatel. С 2006 по 2007 год — директор по маркетингу телекоммуникационной компании АРКТЕЛ. С октября 2007 года по декабрь 2008 года – директор по маркетингу агентства недвижимости МИАН (Kopernik Group). В настоящее время Игорь — консультант по маркетингу и партнер группы компаний «Сила Ума».

***История создания книги***

Книга является частью нашумевшей трилогии «[Маркетинг на 100%](https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/mif/002/)», «[Маркетинг без бюджета](https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/paperbook/marketbezbud/)», которая уже успела стать «настольной литературой» многих российских компаний. Задачей этого издания было объяснить простым и понятным языком, что такое маркетинг и где его границы. Поскольку большинство собственников не являются маркетологами, то и не могут эффективно контролировать качество работы отдела маркетинга – книга решает эту задачу полностью.

***Полезность информации***

По словам Игоря: «книга принесет наибольшую пользу владельцам бизнеса (малого и среднего), акционерам и топ-менеджерам, которые хотят улучшить маркетинг в своей компании.» Практические инструменты агрессивного маркетинга без миллионных бюджетов, карта компетенции маркетолога и рекомендации по внедрению стратегического маркетинга будут полезны и начинающим маркетологам.

***Бизнес-позиционирование***

Несмотря на огромное количество написанной литературы, Игорь не позиционирует себя как писать, каждый раз подчёркивая, что он эффективный маркетолог и экономист. Возможно, именно поэтому, все его книги – это скорее методический материал по маркетинговым решениям и их экономической эффективности.

[***Марина Мелия***](https://www.facebook.com/meliamarina)

Российский психолог, кандидат психологических наук, профессор, [российский писатель](https://www.livelib.ru/author/116325/top-marina-meliya), колумнист в газете «Ведомости», автор статей в журналах Forbes, Harvard Business Review, «Вопросы психологии», «Аргументы и факты», «Наша психология» и других. Автор бестселлера [«Бизнес - это психология».](https://www.livelib.ru/book/1000946449-biznes-eto-psihologiya-psihologicheskie-koordinaty-zhizni-sovremennogo-delovogo-cheloveka-marina-meliya?utm_source=livelib&utm_campaign=viewed&utm_medium=bottom&utm_content=book)

***Карьера***

В советское время преподавала психологию спорта и была деканом факультета в Государственном институте физической культуры. В начале перестройки Марина Мелия основала при МГУ им. Ломоносова первый в СССР психологический кооператив «Интеракт» (1987—1989), а затем стала соучредителем и директором Советско-Американского психологического центра ECOPSY. С 1991 года Марина являлась совладельцем и генеральным директором консалтинговой компании RHR-International/Россия, а в 1999 году учредила авторскую психологическую консультационную компанию «ММ-Класс».

***История создания книги***

"Иногда говорят, что деловые люди в бизнесе реализуют свои комплексы, компенсируют непродуктивность в иных областях жизни. Это не так. Я бы сказала, что гиперкомпенсация характерна скорее для диктаторов, политиков. Часто это унижение, испытанное в детстве, амбиции, стремление к власти и т. д. Для тех, о ком мы говорим, бизнес - способ самореализации, а отнюдь не способ компенсировать что-то, чего у них нет, - у них-то как раз есть все, потому они так успешны, я решила это доказать, именно поэтому родилась эта книга" – говорит Мария.

***Полезность информации***

Я бы рекомендовала прочесть эту книгу тем, кто постоянно задаётся вопросом: «почему у одних бизнес идёт хорошо, а у меня нет». Мария в своём произведении чётко разграничивает лояльность успеха, даёт рекомендации по методам оценки компании, предлагает инструменты для эффективного управления. Понимание «благосклонности судьбы» интерпретируется в навыках управления персоналом и компании в целом.

***Бизнес-позиционирование***

Мария Мелия позиционирует себя, как успешного коуч-консультанта первых лиц российского бизнеса, на основе лично разработанных программ. А изданные ею книги – это лишь результат её деятельности, который можно изложить на бумаге. Все произведения нацелены на достижение успеха в бизнесе, путём правильного поведения, подбора, оценки и управления персоналом.

***Личные выводы***

Перечитав множество бизнес-литературы, как отечественных, так и зарубежных авторов, я пришла к выводу, что все они являются писателями только по совместительству, а их основная деятельность – это источник информации.

Действительно, писать о сложных нюансах бизнеса, а тем более давать советы читателям, можно основываясь на личный опыт. А поскольку опыт у всех разный, то и предлагаемые инструменты у всех разные. Так что начинающим предпринимателям предстоит перечитать множество литературы, чтобы подобрать идеальный вариант для своего бизнеса.

Каждый автор позиционирует себя по-разному, но есть у них одно общее – это цель – помощь в эффективном развитии бизнеса!

***Автор: Payla Grinch (Паула Гринч)***