



Игорь Рыбаков

Жажда

Smart Reading

**Ключевые идеи книги:
Жажда. Игорь Рыбаков**
Серия «Smart Reading.
Ценные идеи из лучших книг»

*Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=57128298*

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги Игоря Рыбакова «Жажда». Только самые ценные мысли, идеи, кейсы, примеры.

О книге

Российский миллиардер Игорь Рыбаков рассказывает о том, как компания «Технониколь» за 24 года выросла в стоимости в 9000 раз. Историки бизнеса часто подчеркивают, что компаниям почти никогда не удастся воспроизвести успех хотя бы дважды. Однако «Технониколь» – исключение, она сделала это трижды. В книге осмыслены ключевые моменты развития компании и личной жизни ее владельца. Автор не собирался создавать сборник рецептов успеха. Он поделился своей энергией, опытом, ценностями, жизненной позицией. Проанализировал свой путь ради того, чтобы создать универсальные инструменты для новых

поколений предпринимателей. Он уверен, что экономическое чудо «Технониколь» можно повторить в масштабах страны. Чтобы трансформировать общественную и деловую среду в России, он запустил социальные инновации.

Зачем читать

- Понять, как в условиях российской реальности можно построить сверхуспешный бизнес.
- Научиться принимать свои ошибки как потенциальные возможности для развития.
- Осознать, что мир для предпринимателя – это конструктор возможностей.

Об авторе

Игорь Рыбаков – российский предприниматель, филантроп. Сооснователь и совладелец корпорации «Технониколь», которая в 2018 году заняла 111-е место в списке Forbes. Его состояние в 2019 году, по версии журнала Forbes, составляло 1,3 млрд долларов США. В 2018 году вместе с партнером по «Технониколь» Сергеем Колесниковым победил в конкурсе ЕУ «Предприниматель года 2018» в России. Опытный яхтсмен, победитель чемпионата мира 2010 года в составе команды парусной яхты Technicol.

Содержание

Введение	6
1. Правила жизни «ТехноНИКОЛЬ»	8
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Краткое содержание книги: **Жажда. Игорь Рыбаков**

Оригинальное название:

Жажда

Автор:

Игорь Рыбаков

Тема:

Истории успеха

Правовую поддержку обеспечивает юридическая фирма
AllMediaLaw

www.allmedialaw.ru

Введение

Путь, который проделала компания «ТехноНИКОЛЬ», феноменален, а его результаты можно назвать экономическим чудом. Компанию основали в 1992 году студенты МФТИ – Сергей Колесников и Игорь Рыбаков. «ТехноНИКОЛЬ», имевшая на старте 200 тысяч долларов инвестиций, в 2016 году была оценена в 1,8 миллиарда долларов. За 24 года компания выросла в 9000 раз.

Немногие компании добиваются весомого успеха, еще меньшее количество умеют воспроизводить свой успех. «ТехноНИКОЛЬ» сделала это трижды:

- битумно-полимерная кровля и гидроизоляция (стартовое направление компании): в настоящее время «ТехноНИКОЛЬ» – лидер в Европе;
- производство каменной ваты (минеральная теплоизоляция из расплавленного базальта): за промежуток с 2005 по 2012 компания стала второй в мире;
- теплоизоляция из экструдированного пенополистирола: «ТехноНИКОЛЬ» является лидером в Европе (прорыв совершен также в период 2005–2012 гг.).

Этими продуктовыми линейками деятельность компании не ограничивается, хотя на данный момент они являются основными. «ТехноНИКОЛЬ» ставит перед собой сверхзада-

чи, ищет новые направления и все больше утверждается как глобальная корпорация.

В 2014 году Игорь Рыбаков отошел от операционной деятельности, сосредоточившись на стратегии и собственных проектах. Книга «Жажда» – это осмысление ключевых сюжетов в истории компании. Автор подчеркивает важность умения анализировать свой путь и определять механизмы успеха. Создавать достоверную корпоративную историю – без привязанностей и приукрашиваний – сложно, но необходимо. Компания должна преобразовать свой опыт в инструментальные знания, чтобы его могли использовать новые сотрудники.

«Жажда» – не сборник бизнес-рецептов от успешного человека. Хотя Игорь Рыбаков, безусловно, человек успешный, его личные решения могут не подойти вам. Автор не дает советов, но делится энергией, ценностями, жизненными ориентирами.

Автор уверен, что экономическое чудо «ТехноНИКОЛЬ» можно повторить в масштабах страны. Для этого он занимается социальными инновациями, способными трансформировать общественную и деловую среду в России.

«Жажду» важно прочесть любому думающему предпринимателю, как опытному, так и начинающему, чтобы сверить ориентиры и осознать, что же действительно лежит в основе успеха – жажда наживы, власти или ответственной позиция созидателя, способного менять мир.

1. Правила жизни «ТехноНИКОЛЬ»

1.1. Развитие

Предприниматель имеет дело с постоянными изменениями: внешними и внутренними. **Чтобы непрерывно расти, компания должна быть одержима развитием, сохранять предпринимательский подход, жаждать нового!** Эта жажда – одна из главных ценностей «ТехноНИКОЛЬ».

Чтобы меняться непрерывно, приходится рисковать и регулярно терять текущее равновесие, словно человек, делающий шаг вперед. У предпринимателей должна быть воля к изменениям, закрепленным в новом образе действий. На многих рынках компании-лидеры уступают место молодым компаниям, потому что держатся за свой старый успех и не готовы меняться.

В бизнесе выигрывают не столько в новизне, сколько во времени. Необходимо взять лучшие практики, которые есть на рынке, и действовать чуть быстрее и чуть эффективнее конкурентов, получая таким образом тактическое преимущество. Слепое копирование конкурентов, как и слишком тщательная подготовка, обычно ведут к запазды-

ванию. **Критически важный навык – умение доводить технологию на ходу, точно оценивать и контролировать риски подобной доводки.**

Вместе с тем, реагируя на конъюнктуру, важно сохранить вектор развития и не потерять себя. Для этого принципиально важен набор ценностей, заложенных в основании компании.

К началу 2000-х компания «ТехноНИКОЛЬ» была почти полностью московской, а продукция дистрибутировалась через дилеров. Для увеличения объемов продаж и масштабов производства дилеры должны были согласиться на уменьшение маржи, чего они делать, конечно, не хотели. «ТехноНИКОЛЬ» в сжатые сроки создала свою дистрибуционную сеть, тем самым получив не только структурное преимущество, но и уникальную возможность поиска новых ниш за счет близости к потребителю.

1.2. Сверхзадача

Каждый день предпринимателя – это преодоление трудностей. И эти ежедневные вызовы нужно полюбить. Если вы ничего не преодолеваете, значит, вы не растете.

Всегда нужно ставить планку чуть выше, чем привыкли. Во-первых, целясь выше, вы можете в итоге попасть куда нужно. Во-вторых, благодаря высокой планке вырабатывает-

ся больше энергии для решения задач.

Амбициозные цели мотивируют сотрудников на сверхусилия. **Если у компании нет сверхцели, то у сотрудников нет ощущения преодоления, нет преодоления – нет чувства причастности.** Причастность – эмоциональная составляющая процесса, ощущение личного роста, выхода за собственные границы и одновременно момент, когда «я» превращается в «мы». Амбициозная цель становится стимулом к развитию у сотрудников, которые стремятся к самореализации.

У работы со сверхзадачами есть обратная сторона: привыкшие к режиму преодоления сотрудники увядают без вызовов или выгорают. Кроме того, на руководителях бизнеса лежит повышенная ответственность перед людьми.

Пример адаптации и сверхзадачи – запуск направления теплоизоляции из экструдированного пенополистирола (XPS). Компания-лидер на этом рынке не хотела давать торговой сети «ТехноНИКОЛЬ» квоту на свои материалы, пришлось развернуть собственное производство. Немецкая компания, с которой «ТехноНИКОЛЬ» вела переговоры о поставке оборудования, до последнего момента полагала, что это инструмент давления на конкурентов, а немецкий профессор покинул комнату с возгласом «Это безумие!». Сейчас «ТехноНИКОЛЬ» занимает 40 % российского рынка XPS-изоляции.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.