

Xã hội mà họ cùng phục vụ

ngày càng mang tính chất liên kết và hợp tác.

Sở dĩ có những quan hệ kiểu mới này là do những nguyên nhân sau đây.

Trước hết, trong tương lai, cả ông chủ lẫn người làm công đều phục vụ xã hội và làm việc có hiệu quả nhất cho xã hội. Trước đây, ông chủ và người làm công mặc cả với nhau, thoả thuận với nhau hợp đồng có lợi cho mình và không để ý rằng khía cạnh thứ ba cũng có mặt trong hợp đồng ấy - đó là xã hội mà họ phục vụ.

Ônĩa nhậ và ôtrương trở ngày hôm nay là khẩu hiệu của bất kỳ doanh nghiệp nào. Nó liên quan đến ông chủ lẫn người bán sức lao động của mình, bởi vì họ đều phục vụ xã hội. Nếu họ không thực hiện được điều này, thì họ sẽ mất đi mọi ưu thế mà họ đã có được.

Chúng ta vẫn còn nhớ cái thời nhân viên đi xem công-tơ gaz đập cửa rầm rầm làm văng mảnh và nhả nhó cầu nhàu khi người ta ra mở cửa: ôCòn bất người ta đợi đến bao giờ hả?ầ Bây giờ chúng ta nhìn thấy những đổi thay đáng kinh ngạc. Người đến xem công-tơ trông như một quân tử, và sẵn sàng ôphục vụ ngayầ. Bởi vì trong khi các công ty gaz còn đang đôi co với những khách hàng thường xuyên bất mãn của mình, những người bán bếp dầu lạnh lợi đã qua mặt họ và tràn ra khắp trong nước.

Thời kỳ suy thoái tôi đã ở vùng than Pensilvania mấy tháng để điều tra nguyên nhân suýt làm sụp đổ tận gốc rễ ngành than nước Mỹ. Những ông trùm ngành than và công nhân của họ khôn lỏi thoả thuận với nhau nâng giá than mãi cho đến tận khi hiểu ra rằng bằng cách đó chính họ đã tạo điều kiện phát triển ngành sản xuất và kinh doanh dầu mỏ.

Có lẽ câu chuyện này dạy ta rằng không ai có thể vượt quá sức mình và rằng cả cuộc đời ta phụ thuộc vào hành vi của chính chúng ta! Nếu như có những nguyên tắc nào đó kiểm soát được doanh nghiệp, tài chính và giao thông vận tải, thì cũng chính những nguyên tắc ấy kiểm soát hành vi của con người và quy định địa vị kinh tế của họ.

BA PHƯƠNG PHÁP TỰ ĐÁNH GIÁ

Phần trên chúng tôi đã trình bày những phương pháp bán đắt giá nhất dịch vụ của mình thường xuyên và có hiệu quả. Sẽ không ai đạt được một thành công đáng kể nào, nếu anh ta không nghiên cứu, phân tích và hiểu rõ những điều đã nêu. Mỗi một người phải biết bán dịch vụ của mình. Số lượng và chất lượng dịch vụ cũng như sự cảm hứng tinh thần kèm theo, sẽ xác định thời gian thuê và tiền lương được trả. Để bán dịch vụ của mình với hiệu quả cao nhất (tức là giá cả thích hợp và điều kiện tốt nhất), bạn phải tuân thủ công thứcôCSSă: chất lượng, số lượng và sức mạnh tinh thần trong hợp tác. Nó đảm bảo cho bạn thành công chắc chắn. Hãy ghi nhớ công thức ôCSSă. Hãy biến nó thành khẩu hiệu, niềm đam mê, thành thói quen của bạn!