

Антонио Менегетти

ПРАКТИКА ЛИДЕРСТВА

*Дети должны выйти из тени отцов, чтобы обрести
тот исключительный свет, которым их наделила жизнь.*

БФ «Онтопсихология»

Москва 2008

УДК 301.151

П 86

Менегетти Антонио

П 86 Практика лидерства / Перевод с итальянского ООО «ФОИЛ». Изд. 1-е,
— М: БФ «Онтопсихология», 2008 г., 192 с.: илл. 8.

ISBN - 978-5-93871-074-0

© БФ «Онтопсихология», права на издание, 2005

© ООО «ФОИЛ», перевод, подготовка к изданию, 2005, 2007

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	7
Глава первая	13
1.1. Психология менеджмента: знание, позволяющее совершать оптимальный выбор	15
1.2. Как лидеру следует выстраивать отношения при ведении дел	20
1.3. Современная зарубежная политика	21
Глава вторая	25
2.1. Техника развития личности	27
2.2. Три предпосылки, необходимые для вступления в мир работы	30
Глава третья	37
3.1. Физиогномика менеджера	39
3.2. Юридическая осмотрительность в вопросах трудового контракта	45
3.3. Общение по телефону	48
3.4. Краткий обзор поведения налогоплательщика.....	50
Глава четвертая	55
4.1. Уметь использовать предприятие и хозяина	57
4.2. Сущность собеседования при устройстве на работу	61

Глава пятая	65
5.1. Значение сновидений	67
Глава шестая	73
6.1. Уметь любить свою игру. «Особые» отношения	75
Глава седьмая	79
7.1. Пять основных факторов, влияющих на успешность малого и среднего предприятия	81
7.2. Маркетинг в малом и среднем бизнесе	90
7.3. Делегирование	92
Глава восьмая	99
8.1. Экономическая цель предприятия	101
8.2. Организационные структуры предприятия	107
8.3. Небрежность в использовании оборудования	126
8.4. Утилитарно-функциональная идентичность бизнеса	127
Глава девятая	137
9.1. Лидерские способности	139
9.2. Организационные модели предприятия	145
Глава десятая	159
10.1. Исследование историко-психологических мотиваций частной экономики	161
10.2. «Up-stream контроль»	165
10.3. «Up-stream анализ» и онтопсихология	169

Введение

1.

После выхода в свет книги «Мудрец и искусство жизни»¹, представляющей новый подход к осмыслению дара и проекта жизни, я собрал воедино исторические аспекты, которые конкретизируют технику, необходимую будущему лидеру для собственной реализации.

Помимо собственной души существует общество и система. Молодой человек, обладающий большим потенциалом, должен уметь играть с системой по ее правилам. Изменение общества к лучшему возможно путем его совершенствования, а для этого необходимо уметь разумно соблюдать те правила и законы, которые предлагает и устанавливает гражданский кодекс. В нем выражена воля других людей и указан способ поведения, который приводит к признанию твоих прав другими. В спорте чемпион устанавливает новые рекорды и «остается» в истории в том случае, если он выигрывает согласно предписанным правилам. Это относится и к ученым, которые своими открытиями совершают переворот в науке, подвергая пересмотру уже имеющиеся знания. *Побеждает тот, кто соблюдает и превосходит правила.* Историю и философию пишет

¹ Менегетти А. *Мудрец и искусство жизни* — М.: БФ «Онтопсихология», 2008.

победитель, способный передать свои знания. К реализации приводят не особенности души или преимущество рождения. Большинство людей, обладающих высоким потенциалом от рождения, заканчивают шизофренией, преступностью, инфантилизмом.

Гений – тот, кто способен постоянно развивать себя и историю.

В процессе своей реализации он непрерывно сочетает индивидуальность и социальность, подобно тому, как ветвь делает совершенным дерево, частью которого является. Социум также становится мистическим или духовным телом личности.

Даже если внутреннее удовольствие – настоящее благо, оно не может осуществляться без исторического воплощения в другом.

Агрессия или социальное непонимание также являются стимулом к непрерывному совершенствованию.

Без сомнения, эта книга станет практикумом для тех молодых людей, которые решили быть там, где жизнь «возводит их на престол».

2.

Слово «лидер» происходит, вероятно, из древнего языка кельтов или викингов: *leading* – держать курс или направление и делать так, чтобы остальные следовали ему. В 60-е – 70-е гг. в Италии говорили «капитан промышленности». Затем пришло слово менеджер, топ-менеджер. С 90-х гг., и в особенности начиная с 2000 г., лидером называют того, кто умеет служить и выстраивать гармоничные отношения между сотрудниками внутри предприятия или другого контекста для достижения максимальных производственных показателей или совокупных результатов.

Целью данной книги является формирование нового предпринимательского ума. Этот ум индивидуализируется, укрепляется и фокусируется в практическом действии, направленном на достижение успеха, то есть речь идет об актуализации креативности в каждодневной реализации. Лидер — это оперативный центр множества отношений и функций. Он умеет находить пропорцию, согласно которой развиваются установленные жизнью отношения, а также применять от ситуации к ситуации именно ту формулу, которая приводит его к экономическому, политическому и социальному становлению. Успех зависит от организованной интуиции лидера. Онтопсихология выработала специальную методику, позволяющую гарантировать эффективность действующей интуиции.

Данная тема предлагается для рассмотрения молодым людям со средним образованием, которые в силу жизненных обстоятельств или благодаря собственным амбициям и уму в определенном смысле уже превзошли стандарты своих сверстников, окружения, страны. Они стремятся смотреть дальше не только потому, что амбициозны, но и потому, что чувствуют, что обладают большей, чем другие, динамикой, энергией, способностью и умением давать и служить. Речь идет о том, чтобы научиться действовать согласно этой ментальности в поисках успеха, работы, самоутверждения, находя те объективные шаги и действия, которые приносят удовлетворение субъекту, выбравшему определенную дорогу.

Разумеется, все это не относится к тем, кто ждет помощи и одобрения от других. В действительности, лидеры столь важны именно потому, что выступают в роли провидения для тех, кто потерпел неудачу или не обладает

соответствующим даром от природы. Именно в сегодняшнем мире жесточайшей конкуренции молодой человек должен обучиться точной психологии менеджмента. Большинство людей не обладает даже предпосылками к изучению психологии менеджмента, избирая в качестве отправной точки собственную ограниченность, потребности, взгляды, то есть пуская в ход «почтовые марки», отнюдь не гарантирующие доставку корреспонденции по назначению.

В своей практике я видел, как молодые люди, одаренные огромным потенциалом, становились жертвой обычных повседневных проблем и набрасывались с обвинениями на старшее поколение, прошлое, историю, политику.

Сегодня ты жив, ты существуешь, ты способен действовать — так попробуй войти в *«центр управления»*. Это возможно, и существует большое количество законов, предоставляющих такую возможность всем. В действительности, начальная функция демократии заключается в том, чтобы дать возможность зарабатывать тем, кто на это способен, кто стремится к успеху и к ответственному управлению.

Цель — не только научить молодежь чему-то конкретному, но и стимулировать ее к развитию данной способности управления. Молодые люди научатся психологии успеха на примерах собственного поведения и своих выборов. Тем же, кто еще не сделал выбор, будут даны рекомендации, как развить то, что дается им проще всего.

Все это становится возможным благодаря знанию онтопсихологии. В книге будут встречаться ссылки на эту передовую технику познания, которая, однако, в рамках данного контекста подробно разбираться не будет.

3.

Всем, кого интересует экономическая психология и психология власти, я в первую очередь рекомендую книги «Психология менеджмента» и «Организационная психология»², где подробно рассматриваются изложенные здесь темы.

Интересующиеся знанием, приносящим результат, например безошибочным действием интуиции, могут ознакомиться с книгой «Личность предпринимателя» и докладами, прозвучавшими на Международном конгрессе «Бизнес-интуиция»³.

Но для более глубокого понимания этих работ необходимо обладать аналитической способностью, включающей понимание трех открытий онтопсихологии*.

Наконец, необходимо упомянуть об образовательных курсах – более передовых, чем MBA⁴, – проводимых ФОИЛ⁵ в разных странах мира и обучающих успешной технике реализации новейшей и высочайшей способности достижения тотального качества продукции и роста.

² Менегетти А. и другие авторы. *Психология менеджмента*. — М.: ННБФ «Онтопсихология», 2006; *Организационная психология*. — М.: ННБФ «Онтопсихология», 2006..

³ Менегетти А. и другие авторы. *Материалы конгресса «Бизнес-интуиция 2004»*. — М.: БФ «Онтопсихология», 2007.

* Онто Ин-се, семантическое поле, монитор отклонения. Подробнее см. Менегетти А. *Учебник по онтопсихологии*. — М.: БФ «Онтопсихология», 2007.

⁴ MBA (Master of Business Administration) — академический курс для людей с высшим образованием, включающий различные дисциплины, в совокупности представляющие собой науку управления. Мастер делового администрирования. См.: Менегетти А. . *Организационная психология* Указ.соч

⁵ ФОИЛ (FOIL (итал.) — *Formazione Ontopsicologica Interdisciplinare Leaderistica* — Междисциплинарное Онтопсихологическое Формирование Лидера) — школа подготовки лидеров, имеющая представительства в различных странах мира.

ГЛАВА ПЕРВАЯ

ГЛАВА ПЕРВАЯ

1.1. Психология менеджмента: знание, позволяющее совершать оптимальный выбор

Опыт организационного консультирования не оставляет сомнений в том, что в основе любой проблемы лежит отсутствие знаний о реальном развитии динамики предприятия. Люди, руководящие предприятием и работающие на нем, не знают происходящего, не имеют представления о реальности, действующей в конкретный момент, и судят о ней лишь на основании последствий, с которыми сталкиваются позднее.

Безоговорочная вера в абсолютную власть «технологической рациональности», способной разрешать все проблемы предприятия и воспринимать жесткие нововведения, которые диктует новая экономика, кажется морально устаревшей.

Учитывая состояние конкуренции в рамках процесса глобализации, ФОИЛ основывает свои решения в области исторического, социального и экономического становления общества на следующих критериях:

1) любая ситуация должна разрешаться во благо человека;

2) необходимо повышать интенсивность образования, предназначенного для лидера (**L**) и направленного на развитие у него **способности фокусировать интуицию на результате**.

Интенсивность изменений, к которым вынуждает предпринятия конкурентная борьба, а также постоянно увеличивающийся разрыв между технологической эволюцией и официально признанным знанием, говорят о **необходимости обучения (F)* нового типа**.

Нужно создать новый «гуманизм труда, который восхвалял бы свободу человека, его креативность, его интеллектуальные и моральные способности».

Стремительность изменений в социально-экономической сфере требует **постоянного пополнения знаний** и совершенствования навыков, что означает необходимость образования по типу *life-long learning***. Тот, кто стремится быть лидером в глобальном контексте, больше не может позволить себе «срастись» с какой-то ролью, функцией или способом действия, потому что все это обязательно проходит ежедневную проверку постоянно обновляющимися сценариями (нормативными, технологическими и научными).

В культурном релятивизме истории начинает преобладать машина: человек больше не является центром и мерой всех вещей.

Основная идея, на которой базируется ФОИЛ, заключается в изменении направления творческого вектора:

* *Formazione* (итал.) — обучение, формирование. *Прим. пер*

** *Life-long learning* (англ.) — обучение на протяжении всей жизни. *Прим. пер*

парадигма, в соответствии с которой направление задается от технологии к человеку, инвертируется, и человек становится точкой отсчета. Приобретая специфическое знание средств и внутренней технологии и подчиняя их своей цели, он обретает способность контролировать стратегию и результат. Благодаря онтопсихологической технике было установлено, что человек обладает врожденным критерием, позволяющим ему осуществлять оптимальный выбор. Это критерий того, как постоянно с точностью применять свою интуицию.

В ближайшем будущем фундаментальное различие между людьми будет определяться не только багажом накопленных, систематизированных и обновляемых ими знаний и опыта, **но прежде всего тем методом, при помощи которого каждый из них будет постоянно применять этот «багаж» знаний и опыта для адаптации к меняющимся условиям и для собственного развития.**

Первый аспект: работа на основе метода

Первый аспект, заслуживающий внимания, связан с тем, как сегодня ведется работа на многих предприятиях. Сценарий, при котором сотрудник был прежде всего исполнителем и подчинялся четким правилам и процессам, весьма редко от них отклоняясь, постепенно уступает место другому сценарию, при котором сотрудник наделяется все большей ответственностью и полномочиями, работает не по расписанию, а в режиме, оптимальном для выполнения поставленных перед ним целей, зачастую определяющих его вознаграждение. Изменилась и рабочая атмосфера. Сотрудник все более мобилен, часто работает за пределами офиса и сверхурочно. И лишь из-за того, что в Италии еще действует устаревшее трудовое законодательство, запрещающее работу на дому,

этот процесс идет там медленнее, чем в других странах. Тем не менее, мы имеем дело с тенденцией, которую невозможно остановить, и вскоре большинство тех, кто работает в сфере предоставления услуг, превратится в *knowledge worker*^{*}, характеризующихся высоким уровнем автономии и функциональной, а не иерархически предопределенной нагрузкой.

В Европе численность *knowledge worker* уже составляет сотни миллионов человек. Для этих людей наличие точных знаний в момент предоставления услуг — не просто необходимость, а настоящий фундамент и неотъемлемая часть их работы.

В результате человек становится точкой опоры данного первого аспекта. Но какой человек? Человек, понимаемый не в философском смысле, а как деятельный создатель и держатель рынка, человек «прометеевский».

Второй аспект: затраты на обучение

Второй аспект касается все более ощутимого разрыва между новым сотрудником и опытным экспертом. Этот разрыв увеличивается по экспоненте, и большинство компаний не могут позволить себе роскошь ждать, пока вновь принятые на работу сотрудники приобретут необходимый уровень квалификации. Профессиональная подготовка эксперта требует все больше времени как в силу растущей сложности рынка, так и в силу появления нетрадиционных моделей экономики. Если на каком-то этапе было достаточно и небольшого числа экспертов, то последние изменения в организации рабочего процесса требуют увеличения числа специалистов, способных в кратчайшие сроки достичь высокого уровня автономии.

^{*} Knowledge (англ.) — знания; worker (англ.) — рабочий. *Прим пер*

Третий аспект: количество информации

Сложность быстро найти человека, обладающего необходимым опытом или, независимо от опыта, *подходящего* на конкретную позицию, возможная занятость, а значит, недоступность этого человека, психологические и культурные барьеры, мешающие поделиться своими знаниями с другими — все это обуславливает невозможность быстрого получения точных знаний, чреватую плачевными последствиями для функциональности самого человека и, например, для предприятия, на котором он работает.

Лень в получении знаний — это личностный и экономический регресс.

На сегодняшний день амбициозная ответственная молодежь должна задуматься о том, как стать этим *knowledge worker* или даже *knowledge manager* и не допускать «дефицита» собственных знаний. В целом, молодой человек должен постоянно интересоваться информацией, которая относится к его специализации и определяет его компетентность в сфере профессиональной деятельности. *Лень в получении знаний — это личностный и экономический регресс.*

Знание — это вопрос выбора

В условиях, когда события развиваются по вышеописанному сценарию, ключевым становится умение совершать правильный выбор, другими словами, способность выйти за рамки технологических инвестиций для того, чтобы принять вызов, связанный с управлением знаниями. Вызов, ответить на который невозможно увеличением числа байтов в секунду: необходимо обращение к человеческим ресурсам, интеллектуальному капиталу.

В будущем сотрудник все больше будет превращаться в свободного профессионала, который индивидуально, не

ориентируясь на групповые стандарты, станет управлять собственными отношениями с предприятием.

Таким образом, становится очевидным, что знание не содержится в информации как таковой, но рождается при взаимодействии с тем, кто обращается к данной информации, и принимает разные формы для разных людей.

1.2. Как лидеру следует выстраивать отношения при ведении дел

Обычное поведение глупца при взаимодействии с другими направляется двумя шизофреническими константами:

Подход будущего лидера следующий: что я могу сделать для тебя? Я могу «давать», потому что мне нравится это делать и я способен на это.

а) Как я могу обвести тебя вокруг пальца?

б) Как я могу заставить тебя любить меня?

Во втором случае потребность быть любимым ведет к притворному и нефункциональному приспособлению к другому человеку или к системе.

В таком случае ни предприятие, ни человек не имеют заработка.

Подход будущего лидера следующий: что я могу сделать для тебя? Как и Что ты хочешь? Я могу «давать», потому что мне нравится это делать и я способен на это. Кроме того, то, что я могу дать тебе так, как ты того хочешь, совпадает с рациональностью моего проекта. Сегодня я работаю на тебя, чтобы стать лучше завтра!

1.3. Современная зарубежная политика

Неожиданно мир подвергся такому воздействию, которое не позволило вмешаться или сказать свое слово ни одному критику, ни одному политику, представляющему правых или левых.

На мой взгляд, в нью-йоркских событиях 11-го сентября падение башен-близнецов (между прочим, значительно ранее приобретенных японцами) — далеко не самое главное. Значимые личности, собиравшиеся лететь теми рейсами, были предупреждены, так что погибли только те, кто не играл важной роли в системе. Вспомним о четко отработанном сценарии (второй самолет появился уже тогда, когда все средства массовой информации были наготове — совпадение или счастливая случайность?) и об определенных экономических метаморфозах, инициаторы которых, разумеется, никогда не будут известны.

В мире иногда появляется подозрение на то, что часть Америки сыграла против самой же Америки. Эта мысль посещала практически всех умных людей, в том числе и потому, что если бы за сентябрьскими событиями стояли арабы, то они бы продолжали делать нечто подобное и дальше, но у них нет организации такого уровня.

На мой взгляд, проблема состоит в том единодушии (во всем журналистском, политическом, социологическом, экономическом, идеологическом, религиозном мире), с которым вина и необходимость в отмщении толкуются в одном направлении, словно вдруг начал действовать плагиат в мировых масштабах.

На рациональном уровне я прихожу к выводу, что существует негласный кодекс разума, единодушно принимаемый всеми так называемыми «посвященными». Под прикрытием несчастья организуется новый раунд игры в

финансовых верхах — по новым правилам, с новыми участниками. И в никем не нарушаемом согласии со скрытым проектом озвучивается одна и та же неизменная версия алиби.

Существует бесконечное множество средств удержания власти, и, несомненно, многие демонстрации, собирающиеся на площадях, в реальности не столь спонтанны, как нас пытаются в этом убедить. Неискушенными обывателями манипулируют специальные группы.

Угроза, исходящая от терроризма, — весьма поверхностный предлог. Это объяснение, необходимое, чтобы убедить массу; классическая плохая новость, объединяющая всех в стремлении к отмщению и искуплению.

Таким образом, игра состоит в том, чтобы создать «козла отпущения», способного оправдать определенные экономические меры по надзору и контролю за счетами арабских акционеров, которые уже преобладают на западном рынке.

Игры в финансовых верхах бесконечны, в них встречаются высшие умы этой планеты. Массе же преподносят плохие новости с определенным уклоном, настраивающие ее на необходимость искупления во имя спасения. Реальные игры остаются за кадром.

То, что сейчас происходит, — это экономический перелом, связанный с попыткой западного мира вернуть себе лидерство свободно вращающихся денег. Все заинтересованы в том, чтобы «притормозить» нынешнее положение дел, при котором арабский мир совершенно легально размещает свои деньги в Западном мире, пользуясь его законами и привилегиями.

В прошлом короли, впрочем, как и Папы, истребляли религиозные ордены, чтобы заполучить их деньги. Зная о том, что соответствующий орден очень богат, они изображали его в ереси или обнаруживали еще какой-нибудь

предлог, чтобы его атаковать («козла отпущения» – очередного Бен Ладена – можно найти всегда).

Маневр состоит в том, чтобы сохранить превосходство власти, обобрав другого. Так ведут свою игру все партии, особенно экстремистского толка, как левые, так и правые. И после того, как масса пришла к единому убеждению, наступает черед для действия секретных служб.

Постепенно США, с европейского согласия, попытаются ввести законы, контролирующие экономическую систему; впрочем, я не думаю, что эта страна сохранит лидерство: у них уже нет того ума, который отличал их раньше.

С другой стороны, я считаю, что перед Европой открываются величайшие возможности. Сегодня без Европы в мире нельзя сделать абсолютно ничего, она является хранительницей ума и идеологической философии в любой области. Кроме того, любое движение и изменение рынка всегда определяется Европой.

Итак, это момент прекрасных возможностей для Европы, арабы же, повинаясь здравому смыслу, будут спасать деньги: никто не хочет умирать ради религии.

Упущение арабского мира заключается в отсутствии вложений в собственные территории во имя создания еще более мощной, высокоразвитой цивилизации. Имея в своем распоряжении деньги, арабы должны были бы осуществлять инвестиции на собственной территории – через банковские операции или напрямую, – чтобы заслужить диалектическое равенство, и тогда – «да победит лучший».

Точками опоры для неизбежного экономико-политического равновесия будут: Европа, Китай, Российская Федерация и США. Предпочтение будет на стороне того, кто обладает постоянно обновляемым знанием для развития отношений между четырьмя державами. В верхах появятся соответствующие лидеры, и лучшими станут те, кто облада-

ет максимальной всесторонней компетенцией. Человек и мир возвратятся в руки человека. Машины, системы, идеологии, институты подчинятся директивному разуму лидеров.

ГЛАВА ВТОРАЯ

ГЛАВА ВТОРАЯ

2.1. Техника развития личности

Эта глава предназначена для тех молодых людей, которые стремятся стать ответом на запросы предприятий, предпринимателей, министерств или общественных институтов. И действительно, любой человек, работающий в той или иной сфере производства или услуг, знает ее специфические нужды и потребности, а также то, как трудно найти подходящий персонал для выполнения необходимых функций.

Молодым людям будет объяснено, что необходимо для того, чтобы войти в мир работы в качестве главных действующих лиц и *научиться делать свою работу хорошо*. Такова суть: уметь предоставить тот тип работы, сервиса, который работодатель — им может быть даже государство или профсоюз — поощряет деньгами, уважением и карьерой.

Следовательно, в данном случае задачей не является специфическая техническая подготовка в определенных областях: ее можно получить на любой фабрике или предприятии. Будет рассмотрена **техника развития личности**,

то есть та форма познания (*savoir-faire**), сущность которой состоит в умении сфокусировать свой ум на специфическом действии по оказанию услуг предприятию в условиях, когда личность имеет фундаментальное и определяющее значение.

Многим подготовленным молодым людям не хватает «калибровки», проницательности, для того чтобы суметь понять изнутри потребности бизнеса, обслуживания, то есть того мира, где происходит движение денег и власти.

Таким образом, речь идет об обучении этих молодых людей практической психологии, позволяющей успешно

Анализируя личности всех тех, кто добился успеха, можно заметить, что эти люди действовали исключительно самостоятельно, «сделали себя сами», действуя с умом и осторожностью.

войти в рабочий контекст, действовать со всей ответственностью, зарабатывать максимальное поощрение со стороны той фабрики или предприятия, где они работают, и благодаря этому переходить от одних обязанностей к другим, все

более высокооплачиваемым. Молодой человек откроет для себя тот факт, что чем качественнее будет его работа на предприятии, тем выше, с любой точки зрения, будет уровень поощрения. Так, посредством работы он сможет достичь высочайшего уровня собственного достоинства, экономической автономии и лидерства.

Анализируя личности всех тех, кто добился успеха, можно заметить, что эти люди действовали исключительно самостоятельно, «сделали себя сами», действуя с умом и осторожностью. Я обратил внимание на то, что никто

* *Savoir-faire* (франц.) — ноу-хау, техническое умение. *Прим пер*

из тех, кто стал богатым и свободным, не использовал закон против своего работодателя, никогда не прибегал к помощи профсоюзов. Более того, эти люди зачастую умудрялись состоять на службе у двух, трех, четырех хозяев.

Молодого человека необходимо научить не уповать на социальную справедливость — в противном случае он потерпит неудачу. Следует уважать социальное правосудие и законы, соблюдая необходимую рациональность в межличностном общении, но постоянно помнить о том, что правосудие и законы создаются для того, кто в них нуждается.

В рамках ФОИЛ речь идет не об онтопсихологии, а об обслуживании, то есть о том, как молодые люди могут развить в себе необходимые предпосылки для вступления в мир работы в интересующем их качестве.

Вторая категория людей, к которой обращен ФОИЛ, — это преподаватели.

Преподаватели отбираются на основании трех характеристик:

1. знание онтопсихологии;
2. здоровье и способности личности;
3. реальный успех в бизнесе, на предприятии, в сфере своей деятельности.

Лидер — это оперативный центр множества отношений и функций, это тот, кто способен определить пропорцию движения жизненных отношений и умеет применить от ситуации к ситуации точную формулу для решения проблемы на экономическом, политическом и социальном уровне.

Ради этой цели необходимо с молодых лет быть последовательным и стремиться к постоянному развитию и заработку, проявляя собственную самостоятельность и

не прибегая к помощи государственных учреждений, созданных для защиты всех «слабых», потому что однажды лидеру необходимо будет «задуматься» о функциональных законах для всех. Для него существует вечная ответственность за нахождение решений, их формализацию и реализацию, лидер вкладывает свою победу во благо и улучшение жизни других людей.

2.2. Три предпосылки, необходимые для вступления в мир работы

1. Экономическая база

Первое, что должно быть предметом нашего неусыпного внимания, помимо всего, что у нас есть (тело, семья, друзья, ум и т.д.), — это забота о собственном пространстве с точки зрения экономической защищенности.

Экономическая база — это свобода, автономия, право быть таким, какой ты есть. Когда человек сам не зарабаты-

Экономическая база является залогом нашего достоинства, возможности жить по-своему, а соблюдение закона дает право на действие в обществе.

тывает деньги, он лишает себя множества возможностей и всегда живет в долг и за счет других. Если хочешь быть лидером, необходимо контролировать собственную экономичес-

скую базу. Под экономической базой понимается не счет в банке (это уже следствие), а место работы, заработка, источник постоянного дохода, маленький рудник, из которого ты ежедневно черпаешь собственное богатство. Это то, что ты умеешь, то есть *экономическая база означает умение что-либо делать*. Следует контролировать и поддержи-

вать в лучшем виде эту опорную точку: ее можно оставить только тогда, когда выстраивается что-то новое.

Итак, экономическая база — это культура, основанная на умении делать то, что позволяет выстроить собственный источник дохода, это основа свободы для человеческой личности. Точка отсчета — это экономика самих себя. Не выстроив ее, лучше не пытаться быть лидером — это останется инфантильной иллюзией.

Следовательно, банковский счет не может быть экономической базой, так как если у меня есть деньги, а я не умею их вкладывать, то рано или поздно я их потеряю. Главный вопрос состоит в следующем: **что я умею делать?**

В современных условиях рынка труда для создания собственной экономической базы необходимо:

1) *Среднее образование.* Высшее образование обязательно получать лишь в том случае, если вы избрали специфическую область деятельности (медицина, архитектура, инженерное дело и т.д.).

2) *Знание по крайней мере одного иностранного языка.*

3) *Умение работать с компьютером и Интернетом.*

4) *Специализация в интересующей вас области.* Это не обязательно должна быть та область, с которой вы связываете свою главную цель: речь идет о деятельности, которая приносит вам постоянный доход и подразумевает постоянное совершенствование.

5) *Умение выступать перед аудиторией:* это тотчас же усилит ваш образ самих себя.

Эти пять условий являются фундаментальными для создания собственной экономической базы. Из вышесказанного вытекает необходимость пересмотра всей нашей дидактики: вместо того чтобы вступать в экономический мир с паразитическим отношением нуждающегося в рабочем месте, следует рассматривать его как тренировочную

площадку для реализации собственных амбиций — сначала в рамках одного предприятия, затем другого и так без конца, пока хватит способностей.

2. Свобода перед законом¹

Лидер работает, движется вперед, но в сегодняшнем сложном мире существует множество подводных камней, хитросплетений законов. Лидер должен всегда следить за тем, чтобы его действия были безупречными с точки зрения закона, он должен избегать нелегальных ситуаций в области профессиональных интересов, так как противозаконные действия подразумевают потерю множества возможностей. Бывает, что закон не соблюдается по незнанию: не разобравшись в ситуации, человек из лучших побуждений предпринимает действия, которые на поверку оказываются незаконными. Но незнание закона, как известно, не освобождает от ответственности. Перед тем, как что-либо предпринять, следует спросить себя: «А как на это смотрит закон?». И в своих дальнейших действиях исходить из этого. Зачастую решения, кажущиеся нам самыми простыми и безвредными, в действительности идут вразрез с законом. Например, приобретение дома у организации, которая через месяц терпит банкротство, означает автоматическое превращение в соучастника невыполненных финансовых обязательств этой организации, вовлечение в судебный процесс по поводу ее банкротства, а возможно, и потерю приобретенной собственности, которую суд сочтет нужным изъять для удовлетворения исков банков и кредиторов. Даже если все делалось с добрыми намерениями.

¹ См. Менегетти А. *Психология лидера*. — М.: БФ «Онтопсихология», 2007.

Итак, мы убедились в том, что экономическая база является залогом нашего достоинства, возможности жить по-своему, а соблюдение закона дает право на действие в обществе. Профессиональный диплом, если он необходим по роду деятельности, должен иметь законный статус: необходимо соответствовать требованиям тех институтов и структур, в которых мы хотим добиться первенства.

В наши дни не осталось ничего, что не было бы утяжелено грузом чрезмерных юридических формальностей, и зачастую лучше отказаться от определенной ситуации, лишь бы не выяснять отношения на уровне закона. В Италии, не принимая к рассмотрению институт разрешения споров «мирным путем» (учрежденный с целью быстрого рассмотрения некоторых дел, где, тем не менее, средняя продолжительность тяжб возросла со 119 дней в 1995 году до 254 в наши дни), средняя продолжительность судебного процесса составляет два-три года в судах первой инстанции и три года — в апелляционных. Каждый год подаются иски на более чем 800 тысяч человек. Что касается незаконченных уголовных процессов, то их, по данным на 1999 год, более 5 миллионов 710 тысяч, а их средняя продолжительность намного выше.

Можно отстаивать свои интересы при помощи закона, если подвергается сомнению ваш профессионализм, ваше умение делать: в этом случае необходимо защищаться, потому что под угрозу ставится ваше достоинство, возможность жить по-своему. Речь идет о сохранении заработанного вами кредита социального и профессионального доверия.

Однако не стоит питать иллюзий насчет того, что, выступая на стороне справедливости, вы выиграете дело. Как только вы шагнули в дебри закона, начинается игра: тот, кто затеял судебное разбирательство, либо ответчик,

превращается в мяч, который разыгрывают две команды, стремящиеся победить друг друга. Сам мяч уже ни на что не влияет, неважно, кто прав и виноват: мяч нужен каждой из команд лишь для того, чтобы продемонстрировать, кто прав. В этой игре нет места вопросу о справедливости, он не предусмотрен правилами. Важно понимать это, ввязываясь в судебный процесс, чтобы не ошибиться при выборе команды, которая будет представлять вас в стратегии, разыгрываемой по правилам судебной логики. Помните, что в ходе судебного процесса вы — всего лишь мяч, и другие будут устанавливать, вводить этот мяч в игру или нет, и распоряжаться им независимо от того, как обстоят вещи на самом деле.

В наше время закон имеет большее значение, чем деньги, и необходимо быть очень внимательными, потому что за малейшее упущение можно жестоко поплатиться и даже угодить в тюрьму. Мы имеем дело с серьезной ситуацией, которая требует к себе повышенного внимания. **Следует проверять, как обстоят дела на уровне закона — не только ради честности, но и во избежание лишних проблем: «В этой ситуации закон меня поддерживает или выступает против?».** Важно понимать, каким образом закон может оказывать нам поддержку: закон — это защита от насилия со стороны других.

Аспекты, связанные с законом, налогами и страхованием, необходимо охранять с особым вниманием, чтобы обезопасить себя от возможных действий какого-нибудь «знакомого», который надумает заявить на вас в соответствующие органы — из любви, ревности или неприязни (обычно все запускается этими тремя причинами, а экономические последствия заявляют о себе уже на следующем этапе в масштабах, прямо пропорциональных масштабам действия трех изначальных причин).

3. Группа поддержки²

Группа поддержки — это люди, с которыми вы поддерживаете деловые отношения, и которые обеспечивают вам максимальные гарантии в экономическом и юридическом аспектах. Необходимо завоевывать этих людей, делая вид, что вы ставите их выше себя, для того чтобы они чувствовали свою важность и наилучшим образом консультировали вас по интересующим вопросам. Говоря о таких людях, я имею в виду не вашу рабочую команду, а профессионалов, обладающих высочайшим уровнем подготовки в своем секторе.

Лидеру известно, что ход решения проблемы зависит от специфического и неординарного ума, который входит с ней в контакт. Обладая таким умом, лидер испытывает потребность в людях, занимающихся иным видом деятельности, но, как и он, наделенных умом, способным решать проблемы. Он должен постоянно поддерживать знакомства с «людьми-джокерами».

Например, предприниматель стремится продавать свою продукцию в определенной стране. Будучи знакомым с нужным человеком из этой страны, он может непосредственно проникнуть на ее рынок. Так, никакой опыт и заслуги не помогут вам проникнуть на рынок России, если вы никого там не знаете. Важно находить на рынке «людей-джокеров».

Группа поддержки немногочисленна. Как правило, она насчитывает пять-шесть человек: адвокат, специалист по торговому праву, психолог, врач, которые пользуются социальным признанием, обладают определенной степенью зрелости и в критический момент могут оказаться полезными.

² См. Менегетти А. *Женщина третьего тысячелетия* — М.: БФ «Онтопсихология», 2007.

Всем нам в трудный момент необходима помощь другого, поэтому людей из группы поддержки можно использовать в своей индивидуальной стратегии.

ГЛАВА ТРЕТЬЯ

ГЛАВА ТРЕТЬЯ

3.1. Физиогномика менеджера

В рамках этой темы мне хотелось бы научить вас тому, как использовать собственное тело, собственную физическую телесную реальность, которая выступает первой в контакте с внешним миром. Иными словами, речь идет об использовании собственной внешности, голоса, жестов и движений, манеры одеваться — той *архитектоники*, которая обуславливает функциональность предлагаемой нами услуги.

Физиогномика — это знание, задающее правила поведения исходя из особенностей внешности, которой обладает каждый из нас. Наша внешность, наше тело всегда предопределяют типологию наших взаимодействий с другими.

Слово «физиогномика» обозначает «познавать через тело». Именно наше тело выстраивает первую архитектуру познания для другого человека и задает набор идентификационных признаков, код прочтения, позво-

ляющий ему нас понять, чтобы затем принять или отвергнуть.

В сущности, физиогномика есть результат совокупного проявления реальности тела, волос, одежды, осанки, тона голоса, мимики лица, движений глаз, то есть тот способ, посредством которого осуществляется центробежное или центростремительное управление контактом с клиентом в конкретном месте и посредством которого можно привлечь внимание другого или, наоборот, оттолкнуть его.

Измерение тела вбирает в себя огромное множество аспектов: прежде всего, это то первое, что говорит о нас,

Наша внешность, наше тело всегда определяют типологию наших взаимодействий с другими.

первый элемент, структурирующий наше взаимодействие с другим человеком с разных точек зрения. Более того, тело всегда является первым словом бес-

сознательного – нашей внутренней реальности.

Например, священников, судей, специалистов по эстетике, которые, занимаясь профессиональной деятельностью, говорят о высоких материях, часто «предает» собственное тело, выдающее их истинную суть: внимательный наблюдатель с развитым сознанием тотчас же все видит, а невнимательный, сам того не понимая, все равно улавливает реальность посредством тела и реагирует соответствующим образом. В действительности, тело обладает собственным языком и самодостаточной семантикой.

Описанные взаимодействия структурируют любой вид отношений, в том числе экономических, а значит, наш клиент или собеседник, не являясь психоаналитиком, тем не менее, реагирует на то, что происходит в реальности:

речь идет о передаче послания на *внутри- и внеклеточном уровне*¹.

Тому, кто решил стать лидером, необходимо уметь управлять собственным телом, собственной специфической личностью для того, чтобы добиваться успеха в конкретном контакте на конкретной встрече.

Можно выделить три категории людей.

1) Люди с красивой внешностью

Природа создала шедевр: эта женщина, этот мужчина — воплощение превосходства, их присутствие с особой силой заявляет о себе в контексте.

За счет чего это происходит? За счет эротизма, спокойной и здоровой архитектуры этого присутствия или в силу его превосходства? Человек, обладающий особой эстетической привлекательностью, несомненно, имеет преимущества, однако часто он относится к ней потребительски.

Родиться с превосходной физиогномикой — это преимущество, которое может обернуться препятствием, если останется непонятым и неразвитым.

Такой человек вступает в социальную игру в возрасте шестнадцати-семнадцати лет и использует свой природный дар для привлечения аудитории своих близких, друзей, всего окружающего контекста, «застревая» на данном стереотипе и блокируясь в своем развитии. Он фиксиру-

¹ Например, очень часто происходит так, что мужчина и женщина встречаются и занимаются сексом, в реальности отвергая друг друга, однако в силу комплекса или привычки продолжают считать, что эти встречи несут им благо. Природа же неумолимо выставляет свой счет потерь и прибылей, выстраивая психосоматику ситуации. Эти правила справедливы в любых отношениях, как с любимым человеком, так и с тем, кого субъект ненавидит на сознательном уровне, но на самом деле, возможно, чрезмерно любит, что явно выражается через семантическую архитектуру тела.

ется на своем преимуществе, которое было преподнесено ему как дар, но не способен превзойти его, осуществив дальнейшее вложение в действие.

В конечном счете, *бизнес* — это ум. Родиться с превосходной физиогномикой — это преимущество, которое может обернуться препятствием, если останется непонятым и неразвитым. Нельзя стремиться только к тому, чтобы быть красивым, нельзя останавливаться на объективности собственной красоты, привлекательности: такой образ мыслей уже включает в себе потерю.

Наша эстетика обязывает нас осознавать собственную красоту, но это не должно мешать достижению того уровня, на который нас может вывести наш ум.

2) Люди с обычной внешностью

Как правило, для этих людей нет никакой опасности, так как их не постигло ни благословение, ни проклятие.

Те, кто обладает обычной внешностью, должны совершенствовать свое тело, голос, обращение, архитектурную физиогномику своих проявлений, своего театра по отношению к желаемому объекту. Они должны с *лидерством* и превосходством соотноситься с тем, в чем хотят добиться наивысших результатов; раз за разом находить нестандартные решения, но не ради поверхностного лоска, а для привлечения серьезного внимания и интереса.

Эти люди должны быть функциональными, серьезными, они должны обновлять собственную эстетику, чтобы их стиль максимально соответствовал *среде обитания* их экономического интереса.

Лидер — это тот, кто использует собственную личность, собственные ценности как инструмент для достижения цели; глупец, наоборот, пытается приспособить весь мир к собственной посредственности и непригодности.

3) Люди с неприглядной внешностью

Для тех, кто обладает неприглядной внешностью, я должен высказать некоторые предварительные замечания.

Я всегда обращал внимание на то, что любого умного человека отличает некоторый редкостный дар, небольшая характерная особенность, такая как руки, рот, блеск глаз, плечи, которые, в любом случае, делают его единственным и неповторимым.

Умный человек не может обладать посредственной архитектурной физиогномикой.

Вспомним пример Александра Великого, страдавшего от преждевременного артроза в области шеи, из-за которого его взгляд казался очень мягким, но в определенные моменты становился просто убийственным. По сути, Александр Великий, при всей своей внешней ангельской кротости, в нужный момент выносил смертельный приговор тому, кто, по его мнению, этого заслуживал.

Я привожу этот пример для того, чтобы объяснить, что для тех, кто обладает высочайшими интеллектуальными способностями, низкий рост, хромота или другие физические недостатки являются чем-то относительным: в конечном счете, этим людям удастся постичь ум денег, то есть подлинный символ власти для того, *кто умеет им управлять*.

Власть — это отношение, формальная способность, это гораздо больше, чем то, что многие называют *харизмой*, поскольку люди, от природы наделенные харизмой, относятся к первой из рассмотренных нами категорий, а значит, харизма вовсе не является гарантией того, что человек чего-то достигнет в своей жизни. Это дар, виртуальность, высший потенциал, который необходимо превзойти и суметь ответственно, последовательно вкладывать

в действия все более высокого уровня. Харизматичные люди, как и люди с парапсихическими способностями, преждевременно знакомятся с семантическим полем и, пребывая в удивленном упоении этой реальностью, останавливаются на своем пути. Почти все харизматичные люди и люди с парапсихическими способностями рано или поздно серьезно заболевают — в том числе и те, кого именуют «святыми».

Итак, подводя итоги: тем, кто получил в дар от природы особую красоту, я советую превзойти ее и направить в русло рационально-экзистенциального *бизнеса*, то есть научиться применять свой ум в соответствии с лингвистикой, правилами, моделями поведения, *диктатом* действующей системы, чтобы использовать те ресурсы, которые она предоставляет в наше распоряжение. Ошибка людей такого типа состоит исключительно в недостаточном развитии сознания, воли, в неумении автономным и адекватным образом конкретизировать свою роль «преобразователей знаний» в исторической данности.

Что касается тех, чья внешность далека от совершенства, то я подчеркиваю прежде всего необходимость осознания этого факта: вместо того чтобы прятаться от него, следует компенсировать этот факт волей к квалифицированному действию. Если ваша физиогномика характеризуется явными недостатками, необходимо понять причины этого симптома, чтобы достичь большей уверенности в самих себе и предвосхищать свой недостаток.

Существует особое искусство в умении служить.

Если вы проведете анализ, то обнаружите, что опорная точка богатства находится в человеке, который им владеет, в том, что он умеет делать, как он любит то, что

продает, производит, как он действует ради собственного достоинства. Будучи истинным *лидером*, он умеет обслуживать наилучшим образом.

Итак, в конечном счете, *лидер* трансцендирует деньги, «внешний» труд и постоянно совершенствует свою способность наилучшим образом служить другим. Тот, кто лучше умеет обслуживать других, в действительности, всегда побеждает в восхитительной игре универсальной жизни.

Наконец, обобщим сказанное по поводу физиогномики:

- если ты красив, стань выше этого, иначе это превратится в твой предел;
- если ты обладаешь обычной внешностью, можешь спокойно двигаться по пути развития, главное — быть последовательным и не останавливаться;
- если же твоя внешность не является привлекательной, уделяй особое внимание своему культурному развитию и компенсируй это подготовленным умом и конкретными действиями в своем бизнесе.

3.2. Юридическая осмотрительность в вопросах трудового контракта

Когда речь заходит об «осмотрительности работодателя», мы сталкиваемся с «магматическим» миром, который покрыт различными нормативными наслоениями, подчинен переменным факторам окружающей среды, зависит от установок профсоюзов, обусловлен правоведческими координатами, которые вынуждают любого, кто касается этой темы, быть осторожным и особенно внимательным.

При изучении данного вопроса основная сложность заключается не только в знании предмета, но и в способности абстрактного изложения проблем, с которыми “ante tempus”^{*} может столкнуться работодатель.

Понятие “ante tempus” не наделено особым философским смыслом – это всего лишь опережающее видение возможных последствий и, следовательно, искусство избегать их или, по меньшей мере, техническое умение входить с ними в контакт и решать их.

Поэтому подобное абстрактное изложение в реальности является способностью видеть, с точки зрения закона, какие конкретные правильные действия нужно предпринимать не только в собственной деятельности, но и в отношении всех тех, кто юридически именуется наемным работником.

Исходя из вышесказанного, осмотрительность работодателя можно было бы определить как высшую бдительность, способность пристально смотреть в будущее или, более простыми словами, знать последствия своих действий, а значит, и результаты, к которым приведут заключенные договоры и действия работников, выполненные в рамках трудовой деятельности.

Следовательно, важно понять основной принцип установленного порядка, в котором мы живем: работодатель взамен предлагаемой работы берет на себя в отношении работника не только прямое обязательство по оплате труда, но и целую серию других «обязательств», сопутствующих основной договоренности.

Как правило, подобные обязательства недооцениваются, однако в ситуации подчинения проявляется не только экономическая зависимость, но и зависимость друго-

^{*} Лат. «досрочно». Прим. пер

го характера, которая заключается во всей совокупности прав, влияющих на индивидуальную сферу и имеющих юридические и имущественные последствия.

Также следует учитывать случаи производственной травмы с необратимыми последствиями, профессиональные заболевания, знаменитый *mobbing* и менее известный *bossing*², профессиональные дисквалификации и пр.

На практике, если человеку физически или психологически, вследствие нарушения законов или положений договора, нанесен ущерб и если причинная связь между событием и ущербом была доказана, ответственность лежит на работодателе, даже если причиной происшествия являются планы, желания и действия кого-то из сотрудников, следовательно, подчиненного.

Нельзя забывать также и о том, что работодатель берет на себя ответственность за все действия своих подчиненных, которые они совершают при выполнении профессиональных задач.

Проще будет перестроить эту цепь: работник — всего лишь звено, которое, как правило, не отвечает за ущерб, причиненный цепи (предприятию), а следовательно, предпринимателю.

Получается, что ответственность за результат, который понимается в том числе и как риск, лежит на работодателе.

² *Mobbing* происходит от англ. *to mob* — нападать, плохо обращаться. Термин употребляется в значении систематического психологического насилия в целях отдаления субъекта от работы. Был введен этологами (в частности, Лоренцом) при изучении поведения животных для описания ситуации, когда группа животных нападает на более крупное животное.

Можно говорить о *bossing* (или вертикальном *mobbing*), если нападение происходит со стороны начальника на подчиненного, и о горизонтальном *mobbing*, который наблюдается между коллегами. Предприятия прибегают к тактике стратегического или организационного *mobbing* для смещения неудобных лиц. Для этого субъекта изолируют, дают ему поручения, которые выходят за рамки его компетенций, устанавливают нереальные сроки выполнения, понижают уровень его квалификации через нападки на репутацию и пр.

ле, а работник зачастую — всего лишь средство, он должен старательно выполнять свою работу, и ничего больше.

В сущности, от работника не требуется результат. Главное — чтобы он трудился в рамках своей должности.

На сегодняшний день основным источником проблем между работодателем и работником является не увольнение, а ущерб личности (физический и психологический).

Хороший трудовой контракт содержит описание условий и затрат введения персонала в должность, управления им, а также расторжения контракта. Следует помнить, что теперь работодатель *оплачивает не столько саму работу, сколько время и здоровье работника.*

Сегодня работник, в силу неразвитой осмотрительности, возможно, еще может доверять хозяину, но доверие работнику, учитывая действующие законы, является тотальным риском для хозяина.

3.3. Общение по телефону

Телефон — это лишь объект, субъектами являемся мы, и именно через нас проходит сообщение, создающее информацию. Здесь необходимо уточнить, что такое информация. Информация является динамикой, моделирующей энергетический квант согласно некоему проекту или модулю для достижения определенной цели. Таким образом, когда мы говорим по телефону, эта динамика проходит через нас.

Пять структурных моментов исходящего телефонного звонка:

1. Возможность выбрать для звонка оптимальный момент, когда вы находитесь в хорошей форме или, по крайней мере, можете пробудить в себе большую степень

присутствия (что по своим результатам совпадает с интенциональностью).

2. Вы осознаете свой индивидуальный проект, ведущий к реализации: цель, порождающую бизнес, экономику, организационное решение, все то, что даст мне нечто большее.

3. Вы знаете адресата: специфику его образования, уровень профессионализма, структуру его деятельности; если же вы не застаёте собеседника, то в любом случае пытаетесь выявить того, кто в данный конкретный момент функционально включится в динамическую логику вашего проекта.

4. Вы имеете возможность планировать ход разговора, его структуру, продолжительность, можете предусмотреть для себя пути к отступлению.

5. Вы можете спланировать даже конечный итог предстоящего общения, то есть оптимальный результат управления четырьмя предыдущими пунктами.

Пятый пункт позволяет также проверить, выступали ли вы в роли субъекта или объекта своего звонка: достигли ли вы своей цели? В случае если это не так, необходимо постоянно совершенствоваться, отслеживая собственные ошибки.

Практические советы

Сложный телефонный разговор никогда не должен длиться дольше 2 или 3 минут. Вы должны стремиться привести разговор к тому, что соответствует вашим целям, и как можно быстрее.

Если разговор становится неуправляемым, например, если собеседник изменился, или вы чувствуете, что ушли

совершенно не в ту сторону, рекомендуется прервать разговор: «оборвалась линия», «алло, алло, я тебя не слышу», «тут еще один звонок»... Если этого не сделать, будет только хуже.

Если ваш собеседник говорит слишком долго, и вы превращаетесь в объект его словесного потока, следует заблокировать его, прибегнув к записыванию его слов, соответствующим вопросам и т.п., иначе он уведет вас не в том направлении или, во всяком случае, вы не достигнете своей цели.

Необходимо постоянно, от одного звонка к другому, практиковаться в оперативной функциональности, чтобы совершенствовать точность собственных действий в любой ситуации.

3.4. Краткий обзор поведения налогоплательщика

Очень важно сохранять бдительность в отношении собственной деятельности в молодом возрасте, так как опасность подвергнуться нападкам со стороны законов, и особенно налоговых служб, возникает в тот момент, когда мы становимся «заметными». Корректное решение юридических и налоговых вопросов в молодости — залог гарантии защиты от тех, кто захочет убрать нас с дороги, напасть на нас. Нельзя забывать о том, что сегодня налоговая проверка может нагрянуть в результате обычного телефонного звонка от любого человека, который хочет доставить нам неприятности.

При совершении операции по приобретению имущества (особенно если дело касается недвижимости) всегда полезно проверить, может ли чистый доход за последние годы ее оправдать. В противном случае, если вы хотите

или должны совершить конкретное приобретение, лучше залезть в долги (заем, превышение кредита в банке и т.д.).

а) В налоговых вопросах необходимо быть внимательными к следующим трем элементам.

- «потолок», понимаемый как максимальный уровень богатства, допускаемый системой. Закон определяет максимальную стоимость того, чем вы можете владеть, на основе продекларированных вами доходов. Поэтому необходимо соотносить свои приобретения с «порогом толерантности» тех цифр, которые вы указали в налоговой декларации. Выставление напоказ и превознесение своего богатства, характерные для многих молодых людей, ведут к потерям в будущем;

- необходимо «зорко следить» за документацией. Любые документы всегда свидетельствуют против вас;

- преданные, но глупые подчиненные в случае проверки оказывают содействие налоговым органам, действуя во вред хозяину.

Финансовый ревизор не настолько умен, чтобы понять, как движется ваше богатство, но узнает многое, опираясь на информацию, которую ваши самые верные подчиненные, словно одержимые, выдают ему по доброй воле.

б) С точки зрения закона, в наши дни работник, в сущности, продает время, а не свою специальность, и именно за свое время хочет получать деньги. В случае действительно ценного ума договорные отношения оформляются по-иному. Крупный предприниматель никогда не делает из молодого человека, ценность которого ему очевидна, своего подчиненного, а превращает его в партнера, наделенного примерно теми же экономическими и юридическими полномочиями и ответственностью, что и он сам. Настоящие дела вершатся с сотрудниками-партнерами, а

не с подчиненными. Помните о том, что перед лицом государства существует только закон, а ваша гениальность, героизм, исключительная личность ничего не значат. Необходимо понимать, как закон рассматривает то, что мы делаем. Все остальное — лишь фантазии.

Кроме того, важно осознавать, что орудием нашего разоблачения являются не общественные учреждения, а наши

Перед лицом государства существует только закон, а ваша гениальность, героизм, исключительная личность ничего не значат.

ближние: они заявляют на нас не из любви к закону, но потому, что, не сделав этого, почувствуют себя хуже. Это бесчисленные маленькие, посредственные личности, использую-

щие тотем закона для нанесения удара. Итак, чем бы мы ни решили заняться, прежде всего необходимо выверить пространство, предусматриваемое законом для нашего действия.

Важно также помнить о том, что наряду с законом существуют особые организации, имеющие преимущества в применении права (понимаемого, в конкретном смысле, как применение насилия). Правовая система не выдает дипломы, подтверждающие честность, или сертификаты, удостоверяющие хорошую репутацию: засвидетельствовав наличие преступления, она признает соответствующих лиц виновными. Пока мы не виновны, мы для нее не существуем.

Эти особые организации (бесплатные медицинские учреждения, общество защиты инвалидов, семьи) пользуются преимуществом при применении правовых норм, так как находятся под покровительством судей или иных служителей закона, наделенных властью в конкретном

контексте. Последние, оказывая подобное покровительство, соотносятся с эмоциональным напором исторического коллектива, а не с нормой как таковой.

Судья никогда не пойдет против той части населения, которая представляет собой некое объединение и, следовательно, имеет основания для вмешательства в правовой процесс.

Право представляет собой распределение насилия, и изучить его следует в числе первых материй, так как насилия жаждет народ, который, как бы то ни было, всегда обладает численным перевесом над индивидуальностью.

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ

4.1. Уметь использовать предприятие и хозяина

Общество становится все более сложным, и иногда кажется, что оно имеет жесткие ограничения в виде юридических и налоговых вопросов. Но на самом деле бояться нечего – все лучшее несет на себе отпечаток индивидуальности.

Создается впечатление, что предприятие, организованное в форме акционерного общества, дает определенные преимущества, такие как благоприятный режим уплаты налогов (10-15% прибыли), однако в действительности это подразумевает дополнительные бюрократические и офисные расходы, а также затраты, связанные с персоналом. Прежде всего, уменьшается степень свободы: действия отдельного индивида контролируются другими, и достаточно несогласия какого-нибудь одного человека, чтобы серьезно осложнить ситуацию.

Индивидуальная деятельность позволяет иметь большую свободу, гибкость, развитие, но требует от индивида соответствующей способности, подготовки, ума, общих знаний в самых раз-

ных областях, чтобы в нужный момент он смог прибегнуть к помощи точного техника (консультанта по торговому праву, адвоката, химика и т.д.).

Даже если предприниматель не испытывает недостатка в профессионалах-техниках, лучшим техником для себя всегда остается он сам. Он должен обладать живым и восприимчивым умом, постоянно быть в курсе того, как обстоят дела с законом и банками. Должен уметь выбирать друзей для собственного лидерства и устанавливать с ними честные договорные отношения, хоть и «напитанные ароматом денег», но неизменно подразумевающие надежность, достоинство, ответственность и способность соответствующего профессионала управлять предприятием, инвестициями.

Большинству специалистов известно лишь 40% того, что они должны были бы знать по закону. Я утверждаю это исходя из реального положения вещей, с которым постоянно сталкиваюсь в различных секторах рынка. Но винить профессионалов бессмысленно, предприниматель сам должен знать все слабые и сильные места своей работы; молодой человек должен сам выступать первооткрывателем слабых и сильных сторон своих действий и заранее оценивать возможные агрессивные ходы легальной или общественной системы, воплощенной в ком угодно — от соседки по дому до судьи.

Сегодня ни в одной профессии невозможно заявить о себе, не будучи при этом лидером, и в каком-то смысле это прекрасно: или ты лидер, или ты как все. Даже являясь значимой фигурой, субъектом, индивидом, избирателем, личностью, никто из нас не свободен от влияния массовых стандартов. Избежать этого можно лишь воплощая собственные ценности на уровне лидерства. Достигнув этого уровня, можно контролировать все остальное, в

частности бюрократию закона, и использовать закон внутри самого закона, предвосхищая его. Так закон становится нашим подспорьем, а главное, нас же и охраняет: закон — удобное оружие для защиты от других.

Нас воспринимают через наш продукт, то есть в диалоге любого уровня ценность человека измеряется не тем, что он собой представляет, а тем, что он делает. В расчет принимается лишь дело, действие. Эпистема торговли — точное управление собственной личностью.

Удача приходит в той мере, в какой субъект умеет удачно управлять самим собой.

Современных молодых людей обвиняют в излишней «правильности» (молодыми я считаю людей в возрасте от 14 до 28 лет). Хотя, сказать человеку в 28 лет, что он еще молод, значит подвергнуть его осуждению. Говоря «молодой», подразумевают, что человек еще маленький и незрелый, то есть не готов к чему-то серьезному, не обладает проницательным умом, способным выстраивать структуру функциональной реальности.

В наши дни молодые люди соблюдают закон и налоговые вопросы основательнее, чем так называемые взрослые: они пытаются реализовать свое лидерство, выставляя себя более религиозными, изображая священников или буддистов. В результате этого пуританства, излишней «правильности» они подавляют своим превосходящим «Сверх-Я» родителей, взрослых. Такое поведение означает потерю самих себя, преждевременную старость; за подавляющим «Сверх-Я» скрывается молодой человек, который на многое не осмеливается. В соответствии с природным замыслом, молодой человек — это тот, кто не похож, не соглашается, тот, кто воплощает собой прорыв и открывает новые горизонты.

Первая тактика молодого человека должна заключаться в том, чтобы быть адекватным тому делу, с которым связаны интересы его очередного хозяина (на начальном этапе всегда есть кто-то, кого мы выбираем в качестве хозяина). Нужно испытывать любовь к тому, чем занимается предприятие, и это не примитивное угодничество, а способ заработать самих себя, свою карьеру, свое движение вперед.

Лучшая в мире школа для лидера — это предприятие (говоря о предприятии, я понимаю его очень широко: это может быть консалтинговый центр, рекламное агентство — любая деятельность с целью получения прибыли). Сначала необходимо подчиниться хозяину, чтобы обучиться тому, как в реальности ведут дела успешные люди. Это объективная школа жизни. Впоследствии, развив свой ум, можно взяться за дело самостоятельно: на примере чужих ошибок и достижений мы обучаемся уникальности самих себя.

Передо мной находится газета под названием «Работа и социальное обеспечение. Италия сегодня», которую периодически просматривают адвокаты и консультанты по торговому праву, дабы быть в курсе того, что происходит в нашей культуре несчастий. *«Римский трибунал признает вред чрезмерной работы. Стресс — следствие плохой организации труда, он будет компенсироваться работодателем».*

Рассмотрим другой пример: допустим, я работаю на фабрике, и из-за того, что в помещении не закрывается окно, простужаюсь и получаю осложнения. Если я, при всем своем стремлении стать значимой личностью, начну использовать эту ситуацию, то тем самым продемонстрирую свою несостоятельность. Да, я подам жалобу, судья признает мою правоту, но при этом я стану пораженцем.

Гений лидера принимается чинить окно, если к этому располагает ситуация! Он умеет использовать хозя-

ина, предприятие, обстоятельства, не ища повода для ссор. Если ты ждешь, пока хозяин выложит перед тобой деньги, — ты уже потерял время, лидер уже умер внутри тебя.

Лидер подобен соколу, парящему в небе. Он начинает движение там, где родился. Вначале ему неподвластно изменить многое, но он быстро набирает силы, изучает все необходимые тактики и стратегии полета и, почувствовав, что его крылья достаточно окрепли, отправляется на поиски своей территории.

Сначала он терпит главенство родителей, работодателей, руководителей, но при этом у каждого из них чему-то учится. Даже у подчиненных можно учиться.

Вот почему я говорю о том, что предприятие, понимаемое в самом широком смысле, — это живая школа жизни, а также работы и бизнеса. Если вы пришли на предприятие, чтобы критиковать, то вы просто теряете время.

Можно достичь чего угодно, умело распоряжаясь своим потенциалом. Это предполагает также искусство управления зрелостью самих себя и зрелостью отношений.

4.2. Сущность собеседования при устройстве на работу

В ходе собеседования необходимо отслеживать диалектику цели, «ты» и «я».

Цель: собственные способности, проект, личный интерес.

«Ты», находящийся передо мной: потенциальный работодатель. Необходимо понять три момента:

- 1) Кого он ищет? Например, ищет ли он рабочего, водопроводчика или шоумена?
- 2) Насколько ему нужен этот человек? Какова на дан-

ный момент его основная потребность? Нужен ли ему такой человек, как я?

3) Как он мыслит? Какой идеологии, какой философии придерживается? Он сторонник правых, левых, выступает за семью или против нее, религиозен или нет, то есть необходимо сориентироваться, суметь оценить его, чтобы продемонстрировать свое соответствие тому, что он ищет, той потребности, которая у него есть на данный момент (если потребности нет, бесполезно терять время). Необходимо приспособиться к этому, утвердиться в этом, то есть суметь выстроить свою историю как вознаграждающий ответ. По крайней мере, следует попытаться так сделать.

«Я»: другие три момента, зеркально отображающие предыдущие.

1) «Что». Что я умею делать, что я могу для него сделать?

2) «Как». Здесь мы возвращаемся к вопросу о соответствии его идеям, его потребности. Я должен позаботиться о «как». Способ — это то, что утверждает реальность. Форма переносит содержание.

3) «Почему». Зачем я пришел на это собеседование? Почему меня интересует эта работа? Одним словом, цель.

Наконец, общий принцип:

Подходить к встрече, основываясь на истине, задаваемой ситуацией (то есть управлять встречей при помощи театра, необходимого в соответствующий момент), с отстраненностью от самих себя (следует не насаждать другому собственную потребность, а предоставлять ему функцию; в нужный момент необходимо быть делом, модулем действия, после чего ваши усилия будут оплачены и вы достигнете интересующих вас результатов), однако действуя с ответственным участием.

Необходимо обладать этикой ситуации, продемонстрировать, что вы не только имеете подготовку для определенного дела, но и заинтересованы в его успешном осуществлении. Если другой с успехом реализует дело, это означает заработок для нас самих.

ГЛАВА ПЯТАЯ

ГЛАВА ПЯТАЯ

5.1. Значение сновидений

Чтобы точно управлять самими собой, необходимо знать информацию, которая поступает к нам, в том числе через сны. Особенно когда мы сталкиваемся с важной ситуацией в жизни и на работе. В конце концов, сновидение — это часть нас самих, а значит, оно указывает на то, что происходит с нами самими, иначе мы бы просто ничего не видели во сне. Слово «сновидение»^{*} происходит от латинского *Se Omnium*, что означает индивида в отношении ко всему, ко всем, в связи со всеми.

Уже обращение к этимологии помогает нам понять значение этого инструмента познания. Говоря простым языком, сновидения — это наше достояние, их голос и их послания идут из глубины нашего внутреннего мира. Поэтому нам следовало бы научиться рассматривать сновидение как панораму всех условий и возможностей достижения успеха в контексте, в котором мы живем и действуем.

^{*} Sogno (итал.) Прим. пер.

Для того чтобы облегчить себе понимание процесса интерпретации сновидений, необходимо привыкнуть к мысли, что сновидение представляет собой своеобразный «рентгеновский снимок» психики и, как таковой, снабжает нас информацией о текущем состоянии нашего внутреннего мира.

Среди различных методологий интерпретации сновидений я советую онтопсихологическую¹.

Сновидение представляет собой внутриспсихическую информацию, оно позволяет нам осуществлять *оперативное структурное* прочтение реальности субъекта. Подобно тому, как с помощью технологий на экране монитора мы можем видеть то, что происходит в

операционном зале или на крупном промышленном предприятии, в теле человека или внутри вулкана, точно так же сновидение позволяет нам рассматривать действие изнутри.

1) Сновидение использует иерархию реальной значимости: наиболее реальное, важное в данный момент ставится на первое место. **Из бесчисленного множества разнообразных входных данных сновидение позволяет нам отобрать самые важные.**

2) Сновидение — это экзамен, которому природа *ежедневно* подвергает поведение субъекта. Вне всякого сомнения, это источник самой свежей информации. Задумайтесь о том, что и в этот момент в вас протекает онейрическая деятельность, хотя и на бессознательном уровне. Доста-

¹ Менегетти А. *Образ и бессознательное* — М.: БФ «Онтопсихология», 2008.

точно одной секунды, чтобы получить онейрический образ, дающий нам всю полноту информации — точно так же, как первоклассному хирургу достаточно одного рентгеновского снимка, чтобы составить представление о состоянии внутренних органов человеческого тела. Так почему бы этим не воспользоваться?

Сновидение — это совокупность образов, идентифицирующих реальное состояние субъекта на биологическом, психологическом, оперативном уровнях. При этом проекции, образующие сновидение, вырабатываются висцеротоническим (нейрогастроэнтерологическим) мозгом и монитором отклонения.

Онтопсихологический метод выявил способ, критерий, позволяющий понять и формализовать эту интуицию, присущую человеку от природы.

Чтобы получить доступ в этот архив логической деятельности, мы должны владеть основами его языка — иначе мы попросту ничего не поймем, подобно тому, как не можем понять, что говорит нам другой, если не владеем языковым кодом, который он использует для выражения своих мыслей.

В соответствии с онтопсихологической методологией, вся архитектура сновидения должна пониматься *исключительно исходя из логики субъекта, видящего сон*.

Сновидение — это язык ответа на потребности субъекта. Сновидение интересует не наука, политика, мифы, традиции, другой человек, а исключительно индивидуальная жизнь того, кто видит сон. Субъект может обладать определенными убеждениями, но сон не говорит согласно его сознательным убеждениям, он использует другой язык на основе исключительной объективной потребности субъекта.

Три универсальных критерия интерпретации сновидения

1. *Функциональность природы объекта или контекста, на который указывает символ, с точки зрения человека.* Значение символа определяется не свойствами предмета, который представлен этим символом, а его реальной пользой для человека, живущего на этой планете. В символе необходимо уловить логику функциональной пригодности для субъекта.

Если человек видит во сне мышь, он должен спросить себя: «Для меня, человеческого существа, что конкретно означает мышь, какова ее функция по отношению ко мне?». Мышь — это грызун, который портит мои вещи и причиняет мне вред. Или же он видит бабочку: «Что такое бабочка, какова ее функция по отношению ко мне?». Это летающий червяк, поедающий выращенный мною, земным человеком, урожай, то есть насекомое, уничтожающее плоды моего труда. Или, допустим, кому-то снится балерина. Какова конкретная функция балерины? Вращение впустую: этот символ всегда указывает на бесполезную, впустую растрачиваемую жизнь.

2. *Причинная действенность символа.* Имеет значение не сам символ, но то, что он производит для меня «здесь и сейчас». Истина познается по плодам, и лишь по ним можно определить, на каком дереве они выросли: лишь следствия, порожденные знаком в субъекте, могут подтвердить или опровергнуть ценность этого знака. Под «следствиями» понимается конкретный позитивный результат, получивший наглядное подтверждение, согласно организмическим канонам, через экзистенциальное здоровье субъекта в историческом измерении. Позитивно все то, что приносит здоровье и удовольствие, увеличивает дейс-

твие и опытное переживание в «здесь и сейчас» конкретного, все отличное от этого — негативно.

Если человеку снится, что он пьет кофе с молоком вместе с другом (подругой), то речь идет о позитивных отношениях, так как молоко и кофе являются для человека питательными элементами.

3. *Семантическое значение символа*, или то, что он значит для субъекта, на которого направлен.

ГЛАВА ШЕСТАЯ

ГЛАВА ШЕСТАЯ

6.1. Уметь любить свою игру. «Особые» отношения

«Особый»* (*distinctus*) — причастие прошедшего времени правильного латинского глагола *distinguo*. В этом понятии заключен глубокий смысл.

Термин «особый» (*distinto*) всегда указывает на превосходство, в то время как прилагательное «другой» (*diverso*) может означать и положение более низкого уровня. Человека никогда не называют особым, если он хуже других или наравне с ними: «особый» неизменно отсылает к чему-то благородному, высококлассному, к понятиям из области лидерства, таким как «способность», «потенциал», «действие» — в смысле квалификации, достоинств, и «признание» — в смысле продуктивности, результатов.

Мы рассмотрим прилагательное «особый» в трех аспектах: производство, связь-отношение, специфика.

Общим для этих трех прикладных аспектов является объект предприятия, объект труда, объект оказания услуг, предложения, спроса. Таким образом, молодой лидер, го-

* Distinto (итал.) — отличный, особый, выдающийся, лучший. Прим. пер.

товый производить услуги или что-либо другое, должен обладать способностью к производству чего-либо особым образом. Отличное конкурентоспособное производство означает, что он предоставляет услугу экономически и качественно отличную; она отличается, она лучшая.

В конечном счете, рынок основан не на первичных (таких как еда и питье), а на вторичных потребностях: люди покупают, чтобы ощущать свое превосходство. Это означает, что лучшие фирмы и операторы предоставляют нечто конкурентоспособное и особое.

Если человек собирается приобрести продукт, пользующийся спросом, он отправляется за ним к лучшему производителю, то есть к тому, кто при максимальной экономичности способен гарантировать наилучший результат (а не к самому изощренному или тому, кто предлагает больше услуг).

Второй связанный с данной темой термин — это *способность выстраивать отношения*. Лидер, менеджер — это тот, кто умеет создавать наилучшие личные отношения в связи с объектом, который продает, предлагает. Личность более значима, чем продукт. Круг людей, ведущих дела высокого уровня, весьма ограничен; и наоборот, масса бесчисленна. Для того чтобы руководить всей европейской экономикой, достаточно пяти-шести людей, пришедших к согласию. Разумеется, эти индивиды необязательно являются серыми кардиналами: это люди, обладающие особыми по превосходству умом и конкурентоспособностью и способные повлиять на что угодно. Все упирается в способность.

Таким образом, фундаментальной является способность выстраивать отношения, налаживать контакт с людьми, имеющими вес в соответствующем секторе, на соответствующем рынке; персонажи могут быть самыми

разными, противоречивыми, однако в делах, в умном бизнесе идеологий не существует — все подчинено экономической стратегии. Поэтому старайтесь искать связи среди лидеров: именно они станут вашими лучшими клиентами.

Рынок создают эффективные лидеры, лидеры причинности. Эти субъекты являются активными операторами рынка. Важно помнить о том, что настоящим делом для великого человека всегда становится другой великий человек. Понятно, что с великим нельзя мошенничать, нельзя притворяться: следует действовать честно. Заработок, успех всегда приходят в результате взаимной честности. Хорошо продает тот, кто умеет лучше покупать.

Третий аспект: *как ты умеешь делать* то, чем ты решил заниматься? Насколько то, что ты хочешь дать другим, кажется действительно стоящим, красивым и захватывающим тебя самого? Насколько это твое, насколько ты владеешь этим и знаешь это? И прежде всего, насколько это полезно для других?

Зачастую люди занимаются тем, что не является для них «своим»: это то, чего они не знают, не любят, что прильнуло к ним, словно почтовая марка, что слишком далеко от музыки, проживаемой ими психологически и физиологически.

Особенный, тот, кто тотально знает объект, который производит и предлагает другим, тот не ведает ни проблем, ни кризисов. Тот всегда побеждает.

Тем самым он устанавливает связь с онто Ин-се.

Во всем, что ты создаешь, пишешь, продаешь, именно это становится *trait d'union** между тобой и всеми остальными, подчеркивая твою способность к опережению. Ты дол-

* Связующее звено (франц.). Прим пер.

жен быть сведущим, а значит, максимально любить то, что делаешь.

Самое главное заключается в том, чтобы превосходно, мастерски знать свою продукцию, то, что ты представляешь, свое предложение или спрос. Ты должен быть сверхкомпетентным во всем, что касается объекта твоей деятельности — более компетентным, чем специалист по торговому праву или адвокат. Они будут делать свою работу, но ты должен на высоком профессиональном уровне знать обо всем, что связано с твоим делом. Это твое создание, часть тебя. Другие будут работать на тебя ради денег, они никогда не поймут специфичного объекта, изобретенного тобой, этого предмета искусства. Они будут служить тебе потому, что ты им платишь. Лидер всегда выступает первооткрывателем, оплодотворяет свой бизнес, он устремляется от рубежа к рубежу и всегда движется на полной скорости.

ГЛАВА СЕДЬМАЯ

ГЛАВА СЕДЬМАЯ

7.1. Пять основных факторов, влияющих на успешность малого и среднего предприятия

Три аспекта, из которых складывается «критическая точка» всех молодых предпринимателей:

1) Едва заработав денег — легальным или нелегальным способом, — молодой человек (для самоудовлетворения) тут же стремится выставить себя напоказ, «сделать так, чтобы все об этом узнали». Начинается щегольство, «разбрасывание» денег: молодой человек покупает новую машину, загородный дом, заводит друзей определенного типа, проводит отпуск в определенных местах, позволяет себе бурные сентиментально-эротические отношения и т.д.

Первая волна заработка обычно провоцирует чрезмерные траты. Однако еще более важный момент заключается в недооценке участия государства, законов, соседей, которым, конечно же, не по душе признавать победителя.

2) Второй момент неизбежного разрушения — использование молодых людей «крупным капиталом» (промышленными предприятиями, банками и т.д.). Влиятельные

финансовые корпорации постоянно используют передовую молодежь, которая чувствует себя «в фаворе» от полученной высокой административной должности в компании (предполагающей в ответ их личную гражданскую и уголовную ответственность) и сопутствующих ей привилегий. Таким образом, банк или промышленное предприятие отождествляют себя с данным субъектом, который будет работать, неся на себе полную ответственность за деятельность компании, и через какое-то время — это уже заранее предусмотрено — будет «пущен в расход».

3) Третьим недостатком является психологическая незрелость. В возрасте 24-26 лет молодой человек уже обладает определенным уровнем зрелости, культурой и опытом. Но каких бы вершин он ни достиг в этом возрасте, это всегда только начало. Он — все еще немного ученик, «практикант», для которого открыты огромные неизведанные пространства на пути к достижению реальной зрелости. Его логико-историческое «Я»¹, находящееся еще в подростковом возрасте и привыкшее управлять суммой в четыре-пять тысяч евро в месяц — ограниченным доходом, отвечающим его физическим потребностям, вынуждено теперь просчитывать открывающиеся пути к удаче, власти, успеху. Логико-историческое «Я» субъекта сталкивается с необходимостью управлять непомерно огромными для него средствами, имея в наличии лишь убеждения и навыки, которыми оно пользовалось в возрасте двадцати двух лет. И как бы молодой человек ни старался быть гением, существует слишком много пробелов в его знаниях, опыте, не позволяющих ему соответствовать

¹ «Сознательно-логическая часть всех волевых, ответственных, рефлексивных, разумных, рациональных, мнемонических и так далее операций. ... Точка осознания, включения воли, ответственности, рациональности». Подробнее см. Менегетти А. *Тезаурус. Словарь онтопсихологических терминов* — М.: БФ «Онтопсихология», 2007.

четко, я бы сказал, «механически» заданным элементам исторической конкретики, окружающей среды, «именно этого предприятия». В молодом лидере обнаруживается эта психологическая незрелость, проявляющаяся в том, как он оперирует объектами и возможностями ситуации, намного превосходящими порог зрелости его сознания. Рано или поздно неизбежно происходит надлом. По сути, это происходит из-за того, что он не сумел использовать свой «час тигра», предоставленный конкретными историческими обстоятельствами.

Этот третий аспект — *психологическая незрелость перед лицом исторического события, открывающего возможность достижения успеха в обществе*, — является самым важным.

Лейтмотивом каждого предприятия является **конкурентоспособность и способность к взаимодействию**. Этот тандем определяется как *«способность к взаимодействию с отдельными единицами, приносящими прибыль, которые помогают, защищают, укрепляют, охраняют»*. То есть речь идет о том, чтобы научить преодолевать те факторы, которые могли бы затормозить ритм сердцебиения малого и среднего предприятия, для которого внутренне присущ бином «конкурентоспособность и способность к взаимодействию».

Когда предприятие стоит на пути социального и экономического успеха, необходимо учитывать пять ключевых моментов:

1. закон;
2. организация персонала (основных средств, структур);
3. предприниматель (ответственное за предприятие лицо);
4. внешние отношения (пространство, люди, способы взаимодействия);
5. характерные черты и психология рынка (этническо-экономический аспект).

1) Закон

В настоящее время закон является приоритетным по отношению к деньгам, и поэтому, начиная какое-либо дело, необходимо всегда учитывать его. Сегодня, как никогда прежде, закон является продуктом демократии. Больше не существует диктатора, исполнительного органа, состоящего исключительно из членов одной партии: хорошо или плохо, но сам народ в рамках дозволенного создает законы.

Куда можно ходить и что можно делать — эти нормы устанавливаются большинством. Нет смысла в абсурдной борьбе одних против других, теперь уже является очевидным совместное правовое управление (право *latu sensu*: «что говорит общество»).

Некогда имело ценность «то, что говорит Бог», «то, что говорит диктатор», «то, что говорит традиция». Сегодня ценится «то, что говорит общество», «местное сообщество и окружение», «рабочий комитет». Право личности теперь является внутренним делом каждого, благодаря чему человек еще остается повелителем и арбитром собственного онтологического благополучия.

Тем не менее, когда кто-либо вступает во владение экономическими, материальными благами, благом потребителя, он становится зависимым от общества. Фактически, источником права является реальность, изъявленная народом, проживающим на определенной территории. Не имеет смысла разбираться, правильно это или нет, истинно или ложно, подлинно или фальшиво. В своем парламенте народ уже принял решение в отношении тех законов, которые, будучи однажды написанными, определяют и устанавливают, что нужно делать с богатством: накапливать или расходовать.

По нашим законам, каждый имеет право мешать другому, а не помогать ему. Нет ни одного закона, который устанавливал бы возможность помочь другому, а вот предъявить ему обвинения в совершении какого-либо преступления — разрешено.

2) Организация персонала, средств и структуры ²

Необходимо формализовать, конкретизировать и гармонизировать то, что имеешь, то есть уметь придавать единую форму различным подразделениям предприятия для достижения поставленной цели.

В связи с этим, главное — добиться синхронности действий персонала с используемыми на предприятии техническими средствами. Зачастую фирмы, имеющие лучшее техническое оснащение (лучшие компьютеры, лучший доступ в Интернет), не имеют сотрудников, которые умели бы пользоваться этим оборудованием. Из сотрудников, которых предприниматель принимает на работу, он должен уметь формировать маленькую группу (состоящую из телефонного оператора, секретаря, специалиста по налоговым вопросам и т.д.), которая создает его первую территориальную психологию.

В процессе формирования собственной команды из сильных профессионалов зарплата не играет ведущей роли. Главное — способность руководителя найти функциональное применение ответственности и ума сотрудников, которые, естественно, этого хотят и на это способны. Других следует либо уволить, либо держать в стороне, если договорные отношения или обстоятель-

² Подразумеваются все средства фирмы: оборудование, здание, телефон, компьютер, велосипед, автомобиль и т.д. — все то, что относится к материально-техническому обеспечению, которое составляет основу предпринимательской деятельности.

ства не позволяют сразу с ними расстаться. Лучше платить зарплату впустую, чем позволить этому человеку работать в «святая святых» компании, потому что он может причинить ущерб там, где задействованы большие деньги.

Важно также обслуживание рабочего помещения, офиса. Игнорирование этого требования приводит многие компании к банкротству. Сотрудник может простудиться из-за оставленного открытым окна или стать жертвой несчастного случая из-за неполадок в электропроводке, а руководитель тут же попадет под обвинения в халатности, повлекшей за собой телесные повреждения или непреднамеренное убийство.

Чем эффективнее оборудование, тем более эффективным должен быть сотрудник, который на нем работает. Постоянная закономерность во внутренней жизнедеятельности малого и среднего предприятия, обеспечивающая его эффективность, заключается в соблюдении равновесия между техническим оснащением предприятия и организацией персонала. Следует предпочитать лучшее и поощрять лучших.

3) Предприниматель

Когда предприниматель является сильным и действенным, он в некотором роде представляет собой онто Ин-се³ – всеобъемлющий ум всей фирмы, действие которого остальные ощущают через его материальное проявление, через успех. Предприниматель — это архитектурный архетип, создающий явление. Именно поэтому он должен очень хорошо заботиться о себе.

³ См. Менегетти А. *Ин-се человека* — М.: ННБФ «Онтопсихология», 2004.

Никогда не забывайте, что онто Ин-се — это золотой резерв личности, неиссякаемое богатство, которое можно вложить в подготовку или преобразование собственного ума. Если имеется возможность пройти несколько консультаций у хорошего онтопсихолога, то она должна быть использована для того, чтобы посредством него научиться предвосхищать действие собственного бессознательного. Речь идет не о том, чтобы консультироваться с позиции зависимых, слабых людей, но чтобы развить логико-историческое «Я» до полного осознания им того огромного блага, которое сокрыто в бессознательном.

Бессознательное фотографирует, видит все ситуации и в каждом конкретном случае дает либо разрешение (зеленый свет), либо запрет (красный свет). Не использовать бессознательное — значит растерять те бесконечные возможности провидения, которые мир жизни дал каждому из нас.

Предприниматель — это не только онто Ин-се предприятия. Он, подобно полярной звезде, определяет точку «единства действия» для сотрудников, партнеров. Что требуется от предпринимателя? Он должен обладать способностью к саморегуляции и, прежде всего, проходить постоянное аутентифицирующее консультирование для удостоверения точности сознания в процессе рациональной деятельности, ведущей его действия к успешному завершению.

Когда человек говорит: «Сейчас ситуация немного сложная: прошла забастовка, цены растут...», это означает, что его путь усеян обычными, ежедневными неприятностями, которые могут случиться со всеми, но если ты не «проснешься», то станешь участником общей похоронной процессии.

Сегодня существует онтопсихологическая техника, которая способна расшифровать информацию, посылаемую

бессознательным. Необходимо использовать эту возможность. Это огромная экономия, которая позволяет контролировать, насколько логико-историческое «Я» способно задействовать квант действия онто Ин-се.

Если человек знает, как действуют комплексы или как устанавливается диада, то он осведомлен, как обстоят его дела — не мир в целом, не другие, а его идентичность. Вместо того чтобы пожинать последствия судьбы, кармы, которая действует на уровне, недоступном сознанию, человек получает информацию о том, какие моменты необходимо устранить, а какие — усилить.

4) Внешние отношения (пространство, люди, способы) как разум услуги

Внешние отношения включают в себя весь мир производства, дистрибуции, позиционирования и маркетинга товара. Это персонал,

Важно суметь четко сформулировать собственное предложение на запрос, заинтересовать потребителя, разжечь в нем любопытство, чувство удивления и новизны удовольствия.

способы производства, реклама, продажа и то, как преподнести клиенту и продать свой товар, как сформулировать свое экономическое предложение, чтобы оно отвечало спросу и т.д. Важно суметь четко сформулировать собственное предложение на запрос, заинтересовать потребителя, разжечь в нем любопытство, чувство удивления и новизны удовольствия.

Ключевым моментом является умение продавать услугу. Продукт относителен, первична услуга, которая оказывается клиенту определенного типа. Поэтому главный

вопрос, который должен задать себе продавец: «Как услужить этим клиентам?»⁴.

Способ обслуживания клиентов, настоящих или будущих, должен соотноситься с их потребностями и удовлетворять их любопытство. Таким образом, в первую очередь продается услуга, а продукт идет вторым. Следовательно, мы возвращаемся к важности человека на предприятии: предпринимателя, сотрудника, партнера по бизнесу.

В основе этого, прежде всего, стоит внутренняя честность рынка, руководствуясь которой настоящий предприниматель никогда не подумает о том, чтобы «надуть», сбить с толку клиента⁵. Продолжительный и стабильный успех всегда сопутствует тем, кто обладает разумом, способным преданно служить.

5) Характерные черты и психология рынка (этно-экономический аспект)

Этно-экономический аспект очень важен. Глобализация устанавливает контакты между русскими, французами, латышами, грузинами, китайцами, монголами, что требует как можно более быстрого изучения традиционной этнической психологии клиентов.

Любому субъекту — греку, тунисцу, сицилийцу, ирландцу — свойственны определенные стандарты поведения, стереотипы мышления. Его миропонимание обусловлено этими стереотипами, поэтому он будет приобретать только те вещи, которые каким-то образом подчеркивают, превозносят присущий ему этнический образ жизни.

⁴ В случае приобретения автомобиля, например, основным критерием является послепродажное сервисное обслуживание.

⁵ Мошенники держатся на плаву недолго: пока дела идут хорошо, они все время должны менять месторасположение.

У каждой культуры свои запахи, своя манера одеваться, общаться. Следовательно, необходимо изучить психологию тех народов, с которыми вы намереваетесь работать.

Речь идет о поведенческой психологии, описывающей традиции, специфику определенной культуры или этноса. В каждой науке имеется свой «тематический отбор». Например, стол сервируют в разных странах по-разному: тип бокалов, тарелок, приборов у каждого свой. Рынок, в конечном итоге, является аутентичной психологией.

7.2. Маркетинг в малом и среднем бизнесе

Маркетинг, согласно классическому определению, — это процесс изучения и удовлетворения желаний и потребностей клиентов, целью которого является извлечение прибыли для предприятия. Как мы видим, в определении слово «продукт» не упоминается, а объектами внимания становятся:

- а) желания и потребности клиента;
- б) извлечение прибыли.

Услуга представляет собой «точку силы» в большей степени для малого и среднего предприятия, нежели для крупного. Поэтому маркетинг оказывается особенно важным для субъектов малого и среднего бизнеса, следовательно, становится важным стратегическим элементом для нахождения среди бесконечных потенциальных клиентов тех, чьи потребности они смогут удовлетворить лучше всех, получив при этом прибыль.

Маркетинг – это способность устанавливать взаимоотношение «клиент – фирма», удовлетворяющее обе стороны.

Подчеркнем еще раз: ключевым моментом в маркетинге является не продукт (все сантехники умеют устранять засоры в ваннах), а взаимоотношение между поставщиком и потребителем услуги.

Установление и развитие этого взаимоотношения проходит 6 этапов:

1. определение реальных и потенциальных потребностей клиентов;
2. выбор лучшей стратегии продвижения продукта;
3. обеспечение эффективного сбыта продукта;
4. информирование клиентов о существовании продукта и стимулирование к покупке именно этого товара;
5. определение цены, по которой должен продаваться продукт;
6. обеспечение высокого качества послепродажного обслуживания.

Эти шесть этапов не разделены, а составляют единый цикл, в котором каждый элемент связан и обусловлен другим, в результате чего создаются необходимые взаимоотношения.

Онтопсихология не влияет на маркетинг, но влияет на человека, который им занимается. Обозначенные выше 6 этапов являются указаниями, теоретической опорой, которые могут помочь проведению анализа ситуации и разработке плана действия и, прежде всего, способствовать коммуникации с теми, кто также занимается бизнесом. Успех предприятия — совсем иное дело, гарантировать его могут не эти шесть пунктов, а точность того, кто их применяет. Онтопсихология — техника, которая дает эту

точность, восстанавливает интуицию, воплощающуюся затем в истории и логике процессов управления, маркетинга, продаж.

7.3. Делегирование

«Делегировать» означает передать другому:

1. Права и полномочия

2. Средства

3. Ответственность

4. Навыки

5. Задачи

6. Исполнение

Делегировать» означает доверить другому лицу обязанности и полномочия для реализации части личного проекта.

1.

Деятельность предпринимателей предполагает передачу другим людям части ответственности за выполняемую работу. Нельзя сделать все в одиночку. Коллег, подчиненных, партнеров, внештатных специалистов, рабочих, временных консультантов объединяет одно понятие — *делегирование*. Для обеспечения успешной реализации проекта предприниматель должен делегировать часть собственного проекта другим операторам, которые соответствуют его замыслу, проекту. Никто из нас не может работать без передачи другим права на реализацию части проекта предприятия.

Процесс делегирования — это одна из форм, которой экономические школы не уделяют должного внимания.

Слово «делегирование» имеет много значений. Этимологически оно восходит к латинскому слову *delegare*, что означает «дать другому что-то, что легально является твоим, на что у тебя есть право», то есть «дать возможность другому исполнить часть твоего личного проекта».

Здесь мы ограничиваемся рамками малого и среднего предприятия (семейный, частный бизнес и т.п.). Но процесс делегирования гораздо шире, и он включает в себя достаточно большую область распространения, предполагая разнообразие форм

применения. Необходимо быть внимательными — *иногда то, что началось с делегирования, может закончиться шантажом*, и здесь нужна особая бдительность, так

«Предприятие» представляет собой совокупность делегирований, которые исходят от предпринимателя и создают комплекс отношений.

как иначе тобой начинают владеть, распоряжаться. Часто предприниматели в собственной компании вынуждены расплачиваться за то, что ошиблись в человеке, которому не только делегировали часть собственной власти, но и платили заработную плату (финансировали). Необходимо соблюдать осторожность при делегировании, потому что *за действия другого нужно расплачиваться*.

В каких ситуациях используется делегирование? В ситуациях с подчиненными, специалистами по торговому праву, адвокатами, партнерами, врачами, программистами, дизайнерами, водителям, охранниками. Особую внимательность надо проявлять к адвокату, специалисту по торговому праву, которые берут на себя часть ответственности и гарантируют правильность принимаемых решений. Часто предприниматель по наивности отдает другому в руки то, что может быть направлено против

него. Ситуация, в которой предприниматель прав — например, в отношении денег, — может быть разрушена из-за неопытности адвоката, бюрократа, бухгалтера. При этом нести гражданскую и уголовную ответственность будет тот, кто делегировал полномочия. Другой никогда не предоставит полную гарантию. Неоправданная учетливость, вера, оказываемая определенным организациям и специальностям ошибочна, так как специфичность большого количества профессий, существующих в условиях глобализации, не избавляет от ответственности за проверку и контроль результатов, так как игра денег, отношений, продвижения бизнеса требует *технической ясности*. В конце концов, с помощью интуиции необходимо понять, твоя ли это вещь (дело, личность и т.п.). Критерий, который позволяет понять это, — собственная идентичность⁶.

Суммируя все то, чем является «предприятие» (деньги, действия, отношения), можно сказать, что оно представляет собой *совокупность делегирований*, которые исходят от предпринимателя и создают комплекс отношений.

Это органическое тело предприятия, которое помогает осуществить личный проект («личный», потому что каждый предприниматель обладает собственным источником удовольствия и любви), состоит из трех элементов:

1. *Легальные доверенные лица*⁷. К ним относятся адвокаты, администраторы, коммерсанты, банкиры, техники, архитекторы, то есть все те, кого мы порой не видим, но кто является существенной частью фирмы. Это круг профес-

⁶ На основе своей идентичности человек выбирает то, что полезно для его собственной функциональности. См. Менегетти А. «Характеристики онто Ин-се». *Ин-се человека*. Указ.соч. Особенно третья характеристика — *утилитарно-функциональная*

⁷ Я их назвал «доверенными лицами», потому что это объекты, а не субъекты делегирования.

сионалов, к которым обращаются по специальным техническим вопросам. Несмотря на то, что эти специалисты крайне важны, ошибочно полностью полагаться на них, подменяя себя другими людьми и утверждая, например: «Раз он руководит этими работами, то он и должен позаботиться обо всем».

Чтобы успешно вести бизнес, зарабатывать много денег, необходимо обладать умом, который «сверху» контролировал бы доверенных лиц: архитектора, инженера и т.д. Успех великих финансовых лидеров не зависит ни от архитектора, ни от адвоката, ни от судьи, с которыми приходится общаться и сотрудничать. Успех вызван их природным гением.

Гением денег является лидер, который осуществляет соответствующее делегирование различным доверенным лицам. Он использует и меняет машины, но дорога и конечная цель всегда остаются только его.

2. *Оперативные доверенные лица.* Это подчиненные, коллеги, которые занимаются материальной реализацией проекта.

3. *Руководящие доверенные лица.* Это партнеры и люди, чья точка зрения разделяется, к чьим советам прислушиваются (для определения позиции фирмы в тот или иной момент). «Руководящие» — это советники, психологи, которых приглашают для получения технического совета. Они находятся в распоряжении предпринимателя и помогают ему осуществлять определенные экономические действия.

2.

Выбранный человек должен обладать следующими способностями:

1) *Объективная техническая способность* к выполняемым функциям в соответствии с тем, что требуется работодателю. Потенциальный работник должен выбирать дело, в котором он разбирается, и никогда не заниматься тем, в чем он некомпетентен, потому что *знание – это первая сила организации*.

2) *Способность к взаимоотношениям*. Работнику оплачивают не только его труд, ему платят, в частности, и за поддержание хороших отношений внутри группы, коллектива. Предприниматель не должен отвлекаться на разрешение психологических проблем своих подчиненных.

Хорошо работает тот, кто хочет зарабатывать и служить компании, удовлетворяя собственные амбиции.

Если сотрудник не ладит с коллегой – это его личная проблема, а не проблема предприятия. Когда нового сотрудника принимают на работу, то будь он даже гением, его следует проверить на способность устанавливать демократичные отношения с другими. При отсутствии этой способности он будет вносить беспорядок, используя «тело» предприятия для разыгрывания театра собственной эксклюзивности и инфантильности.

3) *Стремление к успеху*. Хорошо работает тот, кто хочет зарабатывать и служить компании, удовлетворяя собственные амбиции. Такой сотрудник знает, что, стремясь принести пользу предпринимателю, он достигнет иных возможностей: более крупных вознаграждений, продвижения по службе вплоть до прямого партнерства внутри предприятия. В ином случае, после стадии длительной подготовки, он сможет перейти на более высокооплачиваемую работу в другую компанию.

Осуществив делегирование, нужно постоянно контролировать два момента.

1. *Профессиональную честность и последовательность вмешательства согласно договоренностям.* Говоря о профессиональной честности, я, прежде всего, имею в виду легальных доверенных лиц. Например, если специалист по торговому праву или архитектор выполнил свою работу успешно, это означает, что делегирование было осуществлено правильно, оно было экономически разумным и результативным.

2. *Результаты реализации проекта предприятия в сроки, установленные приблизительно.* Если работа, которую можно выполнить в течение 6 месяцев, продлевается на 3-4 года или 5 лет — значит, что-то не функционирует. Кто в этом виноват?

Предприниматель всегда должен оценивать вышеописанные параметры: 1) профессиональную честность и 2) соответствие характера действия договоренностям, иными словами, контролировать достижение исполнителем необходимых результатов в установленные сроки.

ГЛАВА ВОСЬМАЯ

ГЛАВА ВОСЬМАЯ

8.1. Экономическая цель предприятия

В этой главе будут даны ключевые моменты, необходимые для обеспечения постоянного роста прибыли предприятия.

Предприятие: на нем всегда присутствует индивид, который вкладывает себя в дело, в новизну, он выстраивает свои действия таким способом, чтобы получить прибыль. Он вступает в отношения, в которые включен целиком и полностью: это субъектно-объектное *взаимодействие*.

Предприятие — это *совокупность людей и вещей, объединенных общей экономической целью*. Это действие, предложение, решение, принадлежащее лидеру, и в то же время его ответственность. Можно делать все одному, используя в своей работе только компьютер, или работать с другими — иметь партнера, компаньона, служащего и т.д. Предприятие может просуществовать как год, так и день или час, может изменяться от проекта к проекту, от действия к действию.

1. Экономическая цель предприятия – это покупательская способность денег (стать больше, иметь возможность больше покупать, пользоваться большим доверием, укрепить собственный имидж). Это – достижение лидерства, как благодаря личному авторитету, так и объективным заслугам. Вне зависимости от того, признают ли ее другие или нет, эта способность реальна, а социальные требования вторичны.

Это та очевидность, которую никто не может поставить под сомнение. Следовательно, «покупательская способность» – это потенциал, момент воплощения силы и превосходства.

Покупательская способность – это очевидность, которую невозможно лишить оснований. Следовательно, это потенциал, превосходство, актуализация силы.

Данная цель имеет три модальности: *проектную, связанную с получением прибыли и социальную.*

Проектная модальность. Цель является частью проекта, то есть не является всем проектом. *Покупательная способность включается в общий проект, реализуя в нем определенный сегмент.* Не нужно изучать или досконально знать весь проект, достаточно превосходно делать свое дело – класть кирпичи, или делать окна, или класть асфальт, то есть необходимо реализовать свою часть проекта превосходным образом с должной почтительностью, пытаться понять, что от тебя хотят. Предоставить услугу на максимально возможном уровне своего профессионализма.

Необходимо следовать общему проекту и быть способным предоставить «сегментную услугу» в рамках более общей организационной структуры, уже обладающей своей специфичностью. Например, психолог должен на вы-

соком уровне делать свою работу, но не входить в сферу профессиональной деятельности судьи, адвоката или журналиста. Он должен быть специфичным, узкоспециализированным и высококлассным профессионалом в области своего призвания.

Модальность, связанная с получением прибыли. Деньги — это момент усиления личности, отношений, свободы, автономии. Это средство, позволяющее быть внутренне свободным человеком. Сами по себе они могут создавать большие проблемы, но если хозяин умен, в его руках деньги становятся мощной силой, способной предоставить неограниченную свободу выбора.

Деньги можно заработать даже на прачечной, имея при этом другие цели. Потом эти деньги можно будет вложить в любой проект. Так деньги позволяют создать собственный шедевр жизни. Процесс стирки чужого грязного белья отходит на второй план, и деньги становятся средством осуществления политического, гуманистического, художественного проекта. Молодой человек, который учится, не должен брезговать даже мытьем посуды, если эта работа приносит нормальный заработок. Заработанные деньги пойдут на оплату учебы, он будет чувствовать себя независимым и сможет однажды приступить к ведению действительно крупных дел.

Социальная модальность. Этот проект осуществляется в контексте, где есть мемы, стереотипы, общественные законы. Бесполезно бунтовать, устраивать революции или вставать в оппозицию. Нужно найти точки соприкосновения с обществом, к которому принадлежишь, приспособиться к нему и осуществлять

свою деятельность в соответствии с тем, что дозволено. Речь идет о способности оказывать услугу высочайшего профессионального уровня, благодаря которой вы получите признание и хороший заработок. Например, желая дорасти до парламентария, можно начать с должности социального работника: чтобы стать хорошим политиком, нужно стать лидером в структуре системы социальной защиты граждан.

Обобщая вышесказанное, экономическая цель – это потребительская способность, имеющая проектную модальность, модальность денег ради денег и социальную модальность, то есть *кредит доверия*. Необходимо использовать кредит доверия общества, которое «аккредитует», предлагает свое участие, чтобы в дальнейшем быть способным возглавить государство.

Чтобы достичь желаемого, нужно лавировать среди всевозможных политических, экономических, рыночных, информационных стратегий, выбирать в конкретной ситуации лучшего хозяина. Умея отслеживать и обслуживать интересы своего окружения, находя исторические решения в конкретном контексте, можно с блеском реализовать собственную цель.

2. Контекст спроса. Услуга предоставляется на основе критерия запроса или целесообразности для контекста спроса. Под контекстом спроса подразумевается страна, сообщество, провинция, контекст местных законов. Необходимо уметь обслуживать в соответствии с установленным порядком, прогрессом контекста, в котором находишься; адаптироваться к языковым различиям, образу жизни, *этнической психологии* места и уметь производить специфическую услугу, отвечающую данному спросу.

3. Знание техники производства. При бизнес-планировании, прежде чем просить кредит, зарегистрировать юридическое лицо, приступать к формализации легальных и экономических инструментов собственного предприятия, необходимо *изучить технику производства*.

Следовательно, сначала необходимо овладеть техникой оказания услуги для формирования покупательской способности, и эта техника должна быть как можно более простой, функциональной, новаторской. *Простой*, чтобы с минимальными средствами обеспечивать максимальный результат. *Функциональной*, чтобы клиент имел подтверждение, что он не напрасно заплатил за предоставленную услугу, что он наверняка в выигрыше. *Новаторской*, чтобы с помощью новых идей предоставлять превосходную услугу для многих людей. Например, можно заключить контракт с химиком на создание особых капель, облегчающих дискомфорт при ношении контактных линз (создать раствор, близкий по своему составу к амниотической жидкости, который позволил бы не ощущать контактные линзы при их соприкосновении с глазом). Таким образом, значительно облегчится жизнь тех, кто пользуется глазными линзами. *Нужно научиться с максимальной простотой быть оригинальными для окружающих и достигать первенства, постоянно внося новшества.*

4. Отношения, способствующие достижению цели. Разумное предприятие создает отношения в соответствии со своей целью, *не теряя время на сотрудничество с теми, кто*

стоит вне ее. В развитии собственного core business¹ нужно всегда искать такие отношения, которые увеличивают, подготавливают, стимулируют, критикуют, подчеркивают отличие, вынуждают отточить собственную технику, прояснить собственную позицию. Если работаешь с теми, кого любил, с кем дружишь, с кем всегда ладишь, то регрессируешь.

Очень важно находить квалифицированных людей в области, которая связана с данным бизнесом. Если, например, человек работает инженером-конструктором, он ищет лучших каменщиков, лучших ремесленников, владельцев предприятий. Когда он с помощью отличных работников быстро, качественно и по разумной цене построит дом, автоматически появятся другие заказы, его бригаду будут рекомендовать другим, что является лучшей рекламой.

Стиль отношений, способствующих достижению цели, с теми людьми, которые могут обеспечить прогрессивное движение к собственной цели, предполагает постоянное установление отношений с теми, кто может актуализировать и квалифицировать проект.

5. Персонализация стиля предоставления услуги персоналом предприятия. Партнер, администратор, секретарь, то есть тот, кто оказывает посредничество в контакте с людьми, должен представлять не самого себя, а предпринимателя, персонализируя собственный стиль предоставления услуги в соответствии с его стилем ведения бизнеса.

Он является оператором, инструментальной фигурой и должен соответствовать проекту. Тот, кто находится

¹ Core business (англ.) – основной бизнес или деятельность. Подробнее см. Зук Крис и Аллен Джеймс *Стратегии роста компании в эпоху нестабильности* – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2001.

рядом с предпринимателем и получает зарплату за свою работу, должен продавать стиль предпринимателя, его фирменную, маркетинговую, производственную индивидуальность.

Персонализация услуги заключается в определенной манере одеваться, говорить, отвечать, которая должна быть привлекательной, своего рода «витриной», способствующей бизнесу, собственному способу служения. Она должна приводить к появлению доверия и уверенности и соответствовать во всем стилю предприятия, начиная от производства, заканчивая предоставлением услуги, информации, маркетингом.

Тот, кто находится рядом с предпринимателем и получает зарплату за свою работу, должен продавать стиль предпринимателя, его фирменную, маркетинговую, производственную индивидуальность.

Должен сложиться определенный союз между различными уровнями внутри предприятия, который отличается от любовного союза, поскольку любовь в данном случае относительна. Подчиненного и предпринимателя связывают деньги, которые очищают отношения от любой другой логики, отличной от экономической (аффективная, сентиментальная, сексуальная и др.). Деньги являются общим знаменателем их отношений, гарантируя достоинство и независимость обоих. Если предприниматель выбирает сотрудников на основе чувств, по семейным причинам, из сострадания — это значит, что он выбрал другую дорогу, оказался вне логики покупательской способности, которая и является внутренней экономической целью психологии менеджмента.

8.2. Организационные структуры предприятия

Организация — это совокупность взаимозависимых и взаимосвязанных между собой *частей и функций*. Координация этих частей составляет организационную функцию.

Под «частями» подразумеваются *материальные факторы, нематериальные факторы и человеческий фактор*. Повышенное внимание к материальным и нематериальным факторам привело к тому, что решающая роль человеческого фактора внутри предприятия была утеряна из вида. В последние годы ситуация изменилась, идет поиск наиболее рационального использования именно человеческого фактора.

В общем, *цель организации деятельности предприятия* — достижение максимальной эффективности и высокой производительности труда сотрудников, которое приводит к удовлетворению ожиданий самого персонала и, в итоге, — к достижению более высоких (по сравнению с теми, которых можно добиться в одиночку) результатов.

Организационная структура — это совокупность отношений (формализованных или нет), которые связывают *индивидов, группы* и соответствующие им *области деятельности*. Она меняется и по содержанию, и по модальности проектирования в соответствии с внешним контекстом. Таким образом, можно утверждать, что это *открытая* система. Кроме того, от *механистического* подхода (согласно которому под структурой понимается нечто закрытое, обезличенное, техническое) сейчас перешли к *органической* концепции (которая рассматривает структуру как поиск оптимального соотношения всех составляющих частей предприятия), к более *интерактивной* методологии.

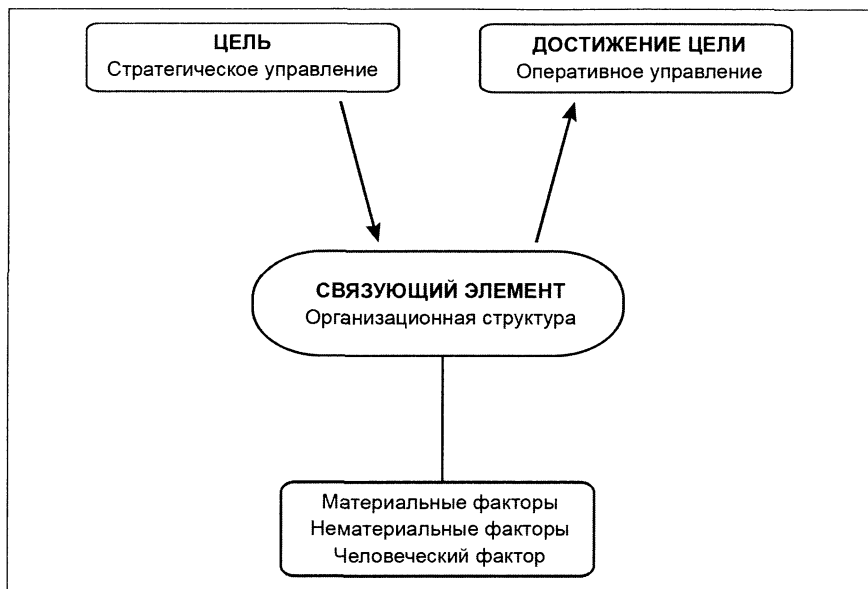


Рисунок 1.

Одной из причин внутренней сложности организаций является человеческий фактор, поскольку поведение каждого индивида обусловлено и определено множеством личностных переменных, таких как ценности, потребности, формы поведения и навыки, и, следовательно, типом личности, задающим определенную систему, а не стимулами, которые воздействуют на индивида в организационном контексте. Принято считать, что действия людей никогда нельзя предсказать с точностью, так как индивидуальные отличия касаются не только профессиональных качеств, но и огромного количества других характеристик, которые со временем могут меняться.

Основные типы организационных структур

Элементарная иерархическая организационная структура

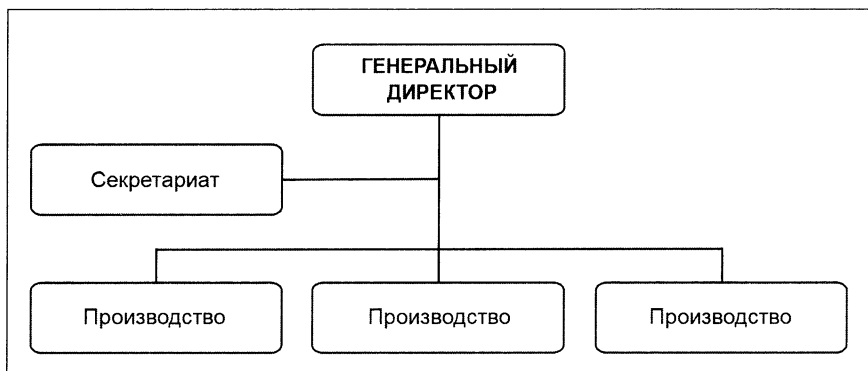


Рисунок 2. Элементарная организационная структура

Такая структура характерна для малого бизнеса, особенно для семейного, а ее география обычно ограничена.

Иерархически имеет только два уровня. Первый уровень — это центральный орган, ответственный за экономическое управление и руководство, второй уровень соответствует оперативной производственной деятельности. В рамках этой организационной структуры индивидуальная составляющая личности и межличностные отношения играют весьма существенную роль. Анализируя эту структурную модель, нельзя не учитывать психологию, связанную с порядком рождения сотрудников, работающих в фирме: характерные особенности каждого из них сильно проявляются в ее деятельности.

Очень важным моментом является мотивация сотрудников. Без их вовлеченности практически невозможно направлять фирму к общим целям. Важно, чтобы предприниматель не привносил другую логику, отличную от экономической (чувства, страсти, аффекты, любовь), так

как рано или поздно она спровоцирует расчленение целостности управления фирмой. На предприятии с данным типом организационной структуры риск потери целостности велик: сама структура небольшая, ее иерархические составляющие очень ограничены, а отношения носят семейный характер, поэтому загрязнение экономической логики может произойти «естественным» образом.

Функциональная организационная структура

Если предприятие расширяется, простая структура уже не эффективна, поскольку необходимы более формальные разграничения обязанностей, прав и ответственности. Процесс делится на части с конкретными функциями, которые передаются для выполнения людям с соответствующими компетенциями. Эта передача функций реализуется через делегирование. Под «функцией» в данном случае подразумевается непосредственная должность.

Функциональная структура имеет четкую, ярко выраженную вертикальную иерархию, а количество линий продукта и каналов сбыта ограничено. Иерархия необходима для обеспечения управления крупным капиталом и большим количеством людей.

В данной структуре должности и функции жестко регламентированы правилами и процедурами, предвосхищающими координацию работ. Вся деятельность должна быть предсказуемой, мотивация сотрудников не так важна, они ограничиваются выполнением своих определенных заранее функций. В этом случае децентрализация и делегирование осуществляются и регламентируются бюрократическим способом. С психологической точки зрения, следуя заданным правилам, человек лишается ответственности и, как следствие, интереса к тому, что делает. Связь «замысел — действие» полностью запрограммирована,

поэтому креативный процесс не получает развития. Признание заслуг сотрудника связано с продолжительностью работы в данной структуре (вплоть до пенсионного возраста) при минимальной инициативе, сведенной к профсоюзной деятельности.

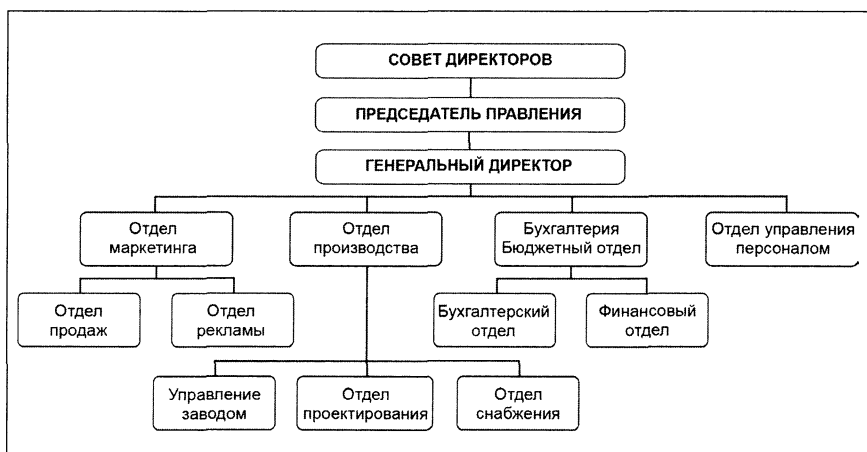


Рисунок 3. Функционально-иерархическая организационная структура

Этот вид структуры достаточно медленно реагирует на непредвиденные обстоятельства, поскольку решение принимается на высших иерархических уровнях, и когда информация достигает этих уровней, проблема часто уже приобретает такие масштабы, которыми сложно управлять. Особенно сложно выявить реальную причину проблем, связанных с личными отношениями, потому что они легко маскируются благодаря установленному координированию работ. И даже если удастся обнаружить человека, который вызывает проблему, то применить к нему

какие-либо санкции более сложно, чем в других структурах, поскольку субъект защищен множеством законов и правил, на которые он может опереться, чтобы не быть уволенным.

Жесткое деление и регламентация функций ограничивают структурную гибкость организационного аппарата. Поэтому человек, работающий на предприятии с функциональной структурой, специализируется только на выполнении определенной функции, вследствие чего *недостаточное развитие получает межфункциональная профессиональная подготовка.*

Но самым значительным ограничением является неспособность противостоять нестабильности, подвижности рынка, который требует — особенно сегодня — большой гибкости.

Проектная структура

Некоторые недостатки вышеупомянутых структур учтены при создании проектной структуры. Новым горизонтом в организации предприятий явилось разделение рабочего процесса на отдельные проекты (включающие более или менее целостный блок задач). *Проект* — это «совокупность временных действий, направленных на реализацию единого продукта/услуги». Управляемая согласованным образом группа проектов составляет *Программу*.

При управлении проектами различные функции (например выпуск нового продукта, установка новой информационной системы или работа с определенным потребительским сегментом) трансформируются в цели и принимаются «командой проекта» как задание. Команда формируется из специалистов с различными техническими компетенциями и разных иерархических уровней.

Таким образом, в проектной структуре создаются межфункциональные группы для управления временной, неповторяющейся деятельностью. Команда автономно находит решение, как достичь цели, оценивает возможные затраты, вырабатывает ряд необходимых действий, составляет план, отражающий затраты и сроки, и, получая утверждение со стороны управляющего комитета (*Steering Committee*), исполняет полномочия. Под каждый проект отводятся отдельные ресурсы, и это исключает возможность конфликтов при разделе общих ресурсов, что типично для описанных ранее структур.

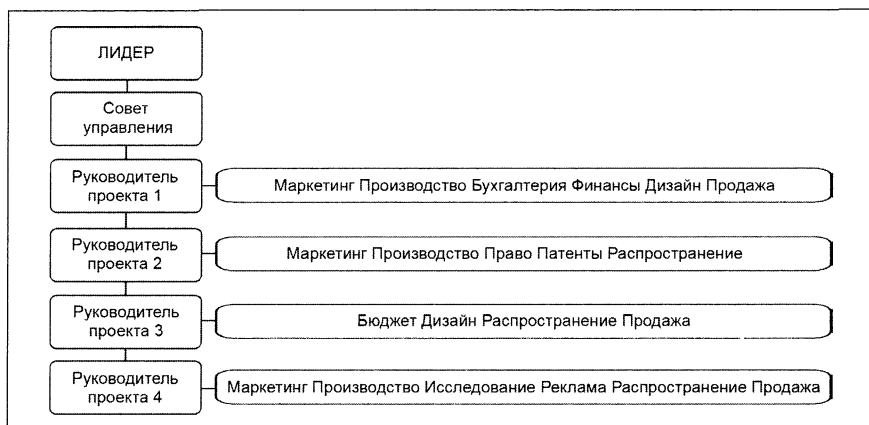


Рисунок 4. Проектная структура

Внутри команды определяется лидер проекта (*Project Leader*), руководитель проекта, то есть тот, кто получает необходимые полномочия для координации действий рабочей команды. Обладая властью, он должен «вести» к цели и наделен не функциональной, а оперативной ответственностью по отношению к другим членам группы.

Это означает, что он не может заставлять, приказывать, но должен использовать рычаги убеждения и делегирования.

Один человек может участвовать в нескольких проектах одновременно, и в одном быть членом команды, а в другом — лидером. Организация в виде проектов предусматривает структуру предприятия с минимальным количеством уровней и *максимальной пластичностью – функциональной, оперативной, логистической.*

Каждая группа находится под управлением единственного руководителя, перед которым она отчитывается. Таким образом, члены команды не взаимодействуют с генеральным руководством.

Междисциплинарность участников команды обеспечивает лучшее понимание различных проблем бизнеса. Менеджерские качества участников команды (предприимчивость и оперативность) развиваются через автономию технического и экономического управления. Мотивация повышается за счет знания цели и за счет участия в планировании реализации проекта. Организация, которая успешно применила эти компетенции, может быстро и гибко отвечать на ситуации, постоянно предлагаемые рынком как вызов, потому что она высвободила интуицию людей из оков процессов, открыв ее потребностям рынка и клиентов. Такое предприятие словно состоит из ряда маленьких фирм, которые последовательно способствуют достижению общей цели.

Преимущества управления проектами

- 1) Ограничение рисков.
- 2) Ограничение затрат в связи со снижением громоздкости деятельности техноструктуры и сокращением ресурсов, которые отпускаются на ее обеспечение.

3) Оптимизация сроков *реализации* продукта, их *изменение* с учетом модификаций продукта и своевременности, диктуемой постоянно развивающимся рынком.

4) Открытая, гибкая, конкурентоспособная система и удовлетворение клиента (*customer satisfaction*). Данный вид управления ориентирован на клиента, поскольку самым важным является производство ценностей (*для клиента*). В действительности, клиент сегодня способен заставить считаться с собственными потребностями и качественными целями, поскольку возросла его способность вести переговоры.

5) Профессиональное образование и квалификация: — междисциплинарность участников. Через *многоплановый* подход осуществляется попытка постоянно переквалифицировать *базовые навыки*, чтобы в итоге спроектировать единицы, характеризующиеся высокой степенью и способностью взаимодействовать напрямую, без посредников. Если человек достоин обучения, то важно помещать его на различные позиции (от простых, исполнительских, до руководящих, стратегических) в различные проекты. Так формируется междисциплинарный профессионализм участников фирмы; — ответственность и лидерство не вследствие непосредственного наделения полномочиями, а вследствие определенной роли, исполняемой человеком; — очевидное качество. Возможность испытать участников на различных позициях, в разных ролях позволяет выявить и определить, какие задачи в наибольшей степени созвучны отдельному, конкретному субъекту; — непредвиденные обстоятельства. В связи с небольшим количеством иерархических уровней проектная структура позволяет сократить «дистанцию» между местом возникновения проблемы и местом ее решения.

6) Автономия технического административного управления и, как следствие, быстрота принятия решений.

Матричная структура

Структура в виде «матрицы» объединяет базовые принципы функциональной структуры с принципами проектной структуры. Это результат соединения гибких структур (подобных проектным) с моделями, основанными на логической организации бизнес-процесса (*workflow*), а не на разделении функций. В данных структурах имеются два критерия специализации: функция/продукт, географический признак/продукт, функция/географический признак/продукт. Таким образом, появляются две категории менеджеров — ответственные за продукт или проект и за ресурсы или функции.

Матричная структура напоминает сеть, в которой функциональные компетенции пересекаются с проектными. При этом горизонтальные поля ответственности (продукт Альфа, продукт Бета, продукт Гамма) пересекаются с вертикальными полями специализации (функция производства, коммерческая функция, административная функция, управление персоналом). Следовательно, удваиваются отношения подчинения. Каждый исполняющий обязанности оказывается в подчинении у линейного руководителя и у ответственного за продукт. Данные профессиональные объединения специалистов являются не временными, как в проектной структуре, а постоянными: они связаны с определенными продуктами или проектами, и функция их заключается в поддержании и развитии ноу-хау.

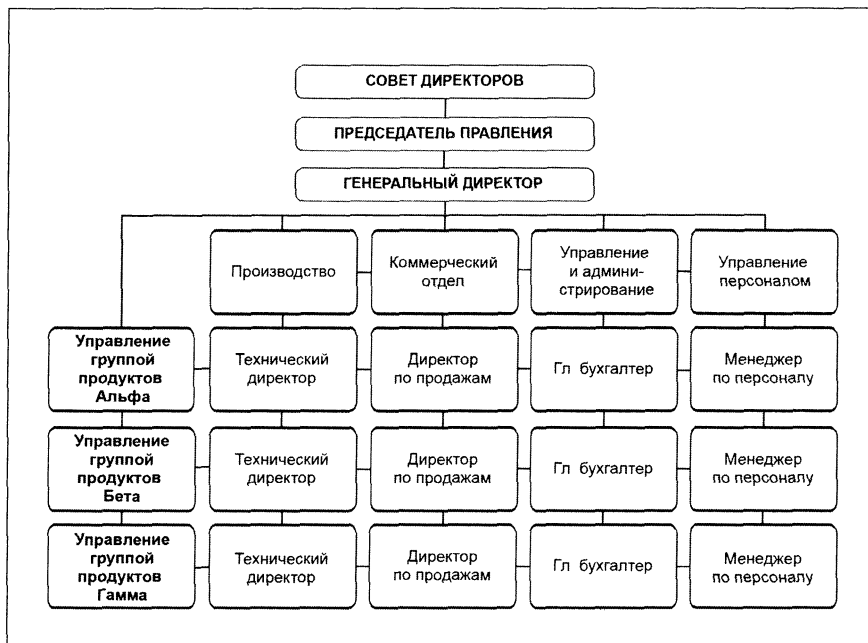


Рисунок 5. Матричная структура

Функциональная зависимость оказывается менее важной, поскольку действия каждого отдельного сотрудника развиваются в области, связанной с некоторым продуктом, и, таким образом, остаются не затронутыми проблемы иерархической структуры.

В такой структуре можно выделить три важные роли. Эти роли должны координировать между собой таким образом, чтобы избежать «сетевого эффекта», который с легкостью может проявиться в данной структуре. Действительно, в силу типа коммуникации, характерного для матричной структуры, в оперативную реальность предприятия может попасть неточная информация. Рас-

пространяясь, как вирус, она может вызывать ошибки и повреждения, которые проявятся уже на более поздних этапах. Тем не менее, этот сетевой эффект может быть выявлен и блокирован в рамках одного подразделения, прежде чем он распространится по всей фирме — благодаря тому, что в матричной структуре присутствует элемент «герметичной зоны» проектной структуры.

Первая роль, требующая особого подхода, — это роль *функционального менеджера*. На нем сосредоточено меньше функций, и, на самом деле, он должен постоянно консультироваться с ответственным по продукту, хотя именно функциональный менеджер впоследствии отвечает за правильное управление доверенными ему ресурсами.

Вторая роль — это роль *менеджера продукта/проекта*, который ответственен за оперативный результат, хотя и не уполномочен полностью формировать группу проекта, с которой ему предстоит работать.

Третья роль — *менеджер с двумя боссами (two-boss manager)*. Он является начальником отдела, находящегося на пересечении функциональных линий и линий продукта/проекта. Это достаточно сложная позиция, и менеджер должен постоянно искать оптимальное решение, чтобы удовлетворить обе иерархические линии, пытаясь одновременно с этим «донести» и свою точку зрения. Это наиболее «психологическая» и сложная роль, и именно в этой точке вся динамика деятельности предприятия либо активно движется, либо застаивается.

Чтобы правильно действовать в двойном измерении, «менеджер с двумя боссами» должен обладать видением перспектив и возможных взаимодействий, не уходя в детали и не идя на поводу у личных мнений. Он должен обладать открытым и в то же время холодным, рациональным

и творческим умом, позволяющим видеть разные подходы к одной и той же ситуации. Это непростая роль, которая, впрочем, обязательна для структуры такого типа. Заметим, что матричная структура, в любом случае, представляет собой шаг назад по сравнению с проектной структурой, которая, с точки зрения ФОИЛ, является наилучшей из представленных структур. Матричная структура необходима до тех пор, пока не представится возможность использовать человеческие ресурсы более эффективным способом, особенно через самообразование индивида. Именно к деятельности в этом направлении подключается ФОИЛ.

ФОИЛ и проектная структура

Онтопсихологическое знание дает понимание того, что человек почти никогда не принадлежит исключительным образом одной организации. Каждый в течение жизни выполняет множество ролей,

Онтопсихология действует именно в той точке, которая остается вне поля зрения любого экономического анализа: в координатах интуиции лидера.

приобретая разнообразный опыт как в профессиональной деятельности, так и во взаимоотношениях с различными социальными группами. Этот опыт во

многом определяет индивидуальную идентичность, которая является важным фактором, обуславливающим поведение и неизбежно отражающимся на работе. Онтопсихология обнаружила критерий функциональной координации различных сфер жизни индивида².

Было установлено, что онтопсихологический метод (О) может быть использован как в стратегическо-лидерской

² См. Менегетти А. Психология лидера. Указ. соч.

области (L), так и в оперативной, а также в области формирования и обучения (F). И это само по себе говорит о многом: по крайней мере, до сегодняшнего момента казалось немыслимым применять в оперативной области тот же метод, который используется в области менеджмента. Такая междисциплинарность (I) обусловлена тем, что в каждой области онтопсихологический метод учитывает элемент, присущий исключительно данной области (соответственно интуицию лидера, развитие ресурсов, потенциал).

Онтопсихологическая методология, применяемая в практике бизнес-консультирования, обладает особенностями в каждой из трех основных сфер управления предприятием.

• Модальность применения в области управления, менеджмента

Эта модальность обусловлена *интуицией* бизнес-лидера. От интуиции лидера, от того, побеждает он или проигрывает каждый день, зависит развитие и выживание предприятия. Настоящий предприниматель не может никому делегировать управление, он сам должен руководить «от первого лица». Задача онтопсихологической методологии состоит в том, чтобы превратить экономическую интуицию менеджера или предпринимателя в *постоянно* точный инструмент. Поэтому особое внимание уделяется поиску внутренней мотивации субъекта, искажающей его способность принимать решения, и дальнейшему устранению ее влияния. Таким образом, опираясь на онтопсихологические знания, предприниматель может создать конкурентоспособное предприятие с потенциалом, отличающим его от конкурентов.

Успех метода обусловлен тем, что онтопсихология действует именно в той точке, которая остается вне поля зрения любого экономического анализа: в координатах интуиции лидера.

- **Модальность применения в оперативной области**

Эта модальность затрагивает все основные аспекты, связанные с *развитием человеческих ресурсов* (анализ задатков и способностей; мотивация и фрустрация; рекрутинг, отбор персонала и введение в должность; проблемы персонала: конфликты, коалиции, организационный климат, отдаление от рабочего процесса или активная включенность в него, креативность и новаторство в рабочем контексте).

- **Модальность применения в сфере формирования и обучения**

В этой области онтопсихологические знания применяются для анализа потенциала и развития способностей, необходимых при обучении процессу принятия самостоятельных решений. Тем самым закладывается прочный фундамент предприятия.

Прежде любого знания или специализации очень важно приобрести *forma mentis*, представляющую психобиологический субстрат для всех функций организации, с которыми столкнется индивид или которые он должен будет координировать и направлять. Она заключается в том, что *нужно уметь служить для того, чтобы быть лидером*.

Структура проектной организации наиболее подходит для победоносного действия на рынке. Ее ограничение может быть связано только с недостатком лидерского компонента, который является одним из основных требо-

* *Forma mentis* (от лат.) — склад ума, образ мышления. *Прим пер*

ваний, предъявляемых данной структурой к руководителю проекта.

Элементарной предпосылкой онтопсихологического метода является восстановление аутентичности субъекта. Рассматривая структуру управления проектами как оптимальную, онтопсихологическая школа тем не менее указывает на недостаток элементарного критерия, которым как раз и является *проект «человек-личность»*. Если этот проект не выстраивать, не помогать ему, то он не проявляется как функциональность. Тем более это касается такого типа управления, в котором автономная адаптация к различным ролям является базовой предпосылкой.

Управление проектами



Рисунок 6

Для модели организационной структуры по управлению проектами неперенными условиями являются такие процессы как, *обучение, изменение и конкуренция*. Принимая в качестве основных факторов успеха предприятия такие ценности, как обучаемость и гибкая приспособляемость, проект-менеджмент предлагает свою стратегию, где центральное место отводится человеческим ресурсам и индивидуальным особенностям, в которых заключен инновационный потенциал.

С одной стороны, есть *Клиент (комитент)*, чья потребность представляет цель проекта³. С другой стороны, имеется *Спонсор*, который инициирует проект и дает гарантии его целесообразности (с точки зрения экономической отдачи, престижа и т.д.). Он представляет интересы предприятия и помогает определить цель, а также может дать совет относительно привлекаемых ресурсов. Если этот человек обладает харизмой, то он может быть источником вдохновения для всей команды. Обычно он старше участников команды.

Соединительным звеном является *Проект-менеджер*. Это опора, стержень проекта с оперативной точки зрения. Проект-менеджер целиком и полностью отвечает за ход проекта. Его ответственность распространяется и на комитента (выполнение контракта), и на поставщика (получение экономического результата).

Проект-менеджер соединяет в себе черты менеджера и лидера и может использовать различные стили лидерства в зависимости от ситуации⁴. Стил лидерства зависит как

³ Нужно иметь в виду, что под клиентом подразумевается не только «внешний» заказчик проектов, касающихся продажи или продвижения новых продуктов, исследований, развития или инжиниринга, но также и «внутренний» клиент — в случае проектов реорганизации предприятия.

⁴ Существует четыре стили лидерства: 1) *диктаторский* (принимает решения сам, не выслушивая чужих мнений; автократический и контролирующий) — этот стиль рекомендован только в кризисной ситуации или когда нет времени на консультацию; 2) *аналитический* (лидер соби-

от личности, так и от характера организации, частью которой он является, а также от природы проекта и характеристик команды. Проект-менеджер выбирает членов команды (если этого не сделал спонсор) и определяет их роли. В этой работе нужна особая точность, чуткость. Выявив технические способности каждого работника, обязательно нужно изучить уровень его культурной подготовки.

Неоднородность группы часто является источником конфликтов. Проект-менеджер должен проверить совпадение различных рычагов мотивации с общей целью проекта.

Проект-менеджер планирует проект в деталях, потому что, прежде всего, он *умеет это делать* и у него есть опыт работы на всех этапах осуществления проекта. Это является необходимым условием для эффективного управления командой. Как правило, проект-менеджер — это человек, который прежде был членом команды, исполнял различные роли, которые сегодня включены в возглавляемый им проект.

Итак, проект-менеджер:

1. это главный ответственный человек;
2. на первое место он ставит клиента (или, другими словами, достижение цели);
3. обладает опытом и техническим знанием всех стадий проекта;
4. может противостоять непредвиденным обстоятельствам и изменениям;

рает данные и факты, которые анализирует перед принятием решения) — этот стиль используется в моменты давления, когда решение должно быть принято в минимально сжатые сроки;

3) *выслушивающий* (лидер интересуется мнением команды, но конечное решение принимает сам);

4) *демократический* (лидер поощряет участие команды в принятии решений). Замечено, что наименее эффективны (при постоянном применении в проекте) диктаторский и демократический стили.

5. умеет устанавливать коммуникацию;
6. обладает способностью создавать и вести команду.

8.3. Небрежность в использовании оборудования

Хотелось бы обратить внимание на существование непосредственной взаимосвязи между пороком психологического свойства или характера субъекта и аномальным или неправильным функционированием оборудования, на котором он работает. Существует приблизительно столько

Связь между человеком и оборудованием очевидна: оборудование представляет собой психосоматическое выражение субъекта.

же типологий повреждений и причин вмешательств, сколько характеров личности. Однако я с уверенностью могу утверждать, что когда субъект жалуется на сложившуюся ситуацию, в его выражениях четко прослеживается одна и та же модальность: «Машина сломалась именно сейчас, когда я должен срочно доставить эти детали», «именно сегодня, когда мой коллега заболел» или «именно сейчас, когда я должен приступить к работе с новым клиентом».

На мой взгляд, *связь между человеком и оборудованием очевидна: оборудование представляет собой психосоматическое выражение субъекта*. Если рассмотреть это понятие шире, на уровне структуры, то можно говорить о психосоматике фирмы. Таким образом, мы проектируем вовне наш порок, проявляющийся в недостаточной функциональности действия, что становится особо очевидным в наиболее подходящие для заработка моменты.

Мой анализ многочисленных случаев, касающихся способов управления средствами производства, крайне не-

утешителен (в экономическом смысле). Было подсчитано, что на исправление ошибок, связанных с психологическими особенностями характера человека, расходуется от 60 до 70% прибыли, безусловно, до тех пор пока есть заработок. В других случаях (их около 40%) подобные ошибки приводят субъекта к полному экономическому краху. Например, совершенные сами по себе системы сигнализации не срабатывают из-за халатности владельцев или неправильного обращения с оборудованием.

Анализ мотивации показывает, что причина кроется всегда в психологии человека, в том, как он внутренне распоряжается собственными вещами, то есть изначальная психосоматика предпринимателя проявляется не на уровне физического тела, а на его предприятии, в его деловых отношениях, в его продукте.

8.4. Утилитарно-функциональная идентичность бизнеса

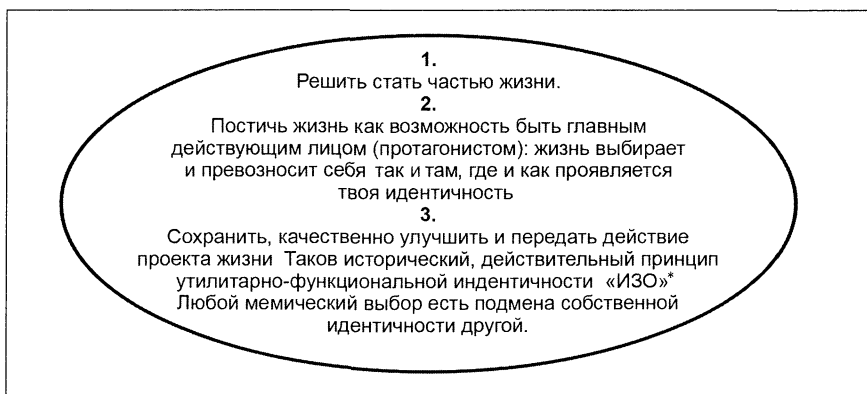


Рисунок 7

* от I.S.O. – In-Sè ontico – онто Ин-се. Прим. пер.

Зарабатывать деньги — значит иметь возможность реализовывать себя, становиться главным действующим лицом (протагонистом) истории, обретать независимость. По статистике, консумизм чаще встречается среди бедных, неимущих, нежели среди благополучных людей.

Деньги всегда требуют хозяина, обладающего исключительным умом, волей, способностью, технической подготовкой.

По большому счету, бедные люди не хотят быть богатыми, потому что создание богатства предполагает ответственность, последовательность, способность. **Деньги всегда требуют хозяина, обладающего исключительным умом, волей, способностью, технической подготовкой.**

Многие считают богатство чем-то материальным, не имеющим ничего общего с духовным, священным. Но это не так. В природе можно наблюдать, как животные и растения непрестанно трудятся над собственным проектом. Тот, кому удастся соединить все части в единое целое, получив при этом удовлетворяющий его функциональный результат, испытывает полное наслаждение.

Богатство — это проект радостной самореализации, это удачная возможность для каждого продемонстрировать самому себе, насколько он эффективно распоряжается своей жизнью. Это непрерывное принятие вызова от собственного ума, стремящегося через акт созидания полностью реализовать субъекта как вовне (в категории «иметь»), так и внутри (в категории «быть»).

Построение богатства связано с целостной реализацией человека в жизни в ее многочисленных аспектах: материальном, историческом, духовном, социальном, трансцендентном и т.д.

В настоящее время, чтобы заниматься бизнесом, необходимо обладать умом, способным предугадывать, предчувствовать, находить такие сферы услуг, которые еще никем не заняты. Для этого нужно научиться рассуждать, анализировать дистанцированно, с определенной формой трансцендентности. Деньгами обладают самые умные, способные. Это — аксиома. В руках бедных и посредственных людей богатство не задерживается.

Настоящий предприниматель, прежде всего, *должен решиться стать частью жизни, понимая ее как возможность стать главным действующим лицом. Лидер — это тот, кто перестал жаловаться, критиковать, а «засучил рукава» и создает.* Ясно, что, прежде чем делать что-то для других, он должен сначала поработать на себя⁵. Лидер является ответственным творцом провидения: наслаждаясь своим делом, творчеством, он помогает также другим, следовательно, содействует жизни.

Лидер не может объять всю Вселенную, он начинает с себя: отстраивает отведенную ему часть жизни, окунается в работу и постепенно начинает самоутверждаться. Например, он создает собственную маленькую фабрику, решая таким образом свои личные задачи, и окружает себя теми, кто хочет зарабатывать. Любит работать тот, кто понял, что жизнь прекрасна, удивительна и в ней есть возможность стать кем-то. Он не саботирует жизнь: жизнь работает — и он работает; море всегда в движении — и он движется, трудится. Для такого предпринимателя движение, труд есть процесс утверждения позитивности, главных ценностей жизни. Чем бы он ни занимался, он всегда — соратник жизни. Окружающим он предлагает не мило-

⁵ Если во время полета на самолете возникает экстренная ситуация, сначала нужно надеть кислородную маску на себя, иначе не сможешь спасти другого.

стыню, а заработок, возможность самореализации, гордость, достоинство, равные права стать победителем на рынке. Ловкость и смекалка, порождающие ум и дающие рост, — такова его диалектика.

Быть частью жизни — значит участвовать в акте любви. От жизни поступает выгодное предложение участвовать в олимпиаде. Выгодное, потому что жизнь — это возможность стать главным действующим лицом.

Жизнь выбирает и превозносит саму себя там и так, где и как проявляется твоя идентичность. Этот пассаж наиболее сложен: жизнь наличествует не там, где кто-то теряет, а там, где кто-то побеждает. Весна не в мертвом, сухом стволе, а в цветущем, плодоносящем дереве. Это означает, что витальность напрямую зависит от способности творить, продуцировать.

Идентичность — это то, чем является каждый из нас: это имя, тело, типология — одним словом, вся реальность. В конкретный момент жизнь проходит через конкретного человека. Например, человек решает стать столяром и так усердно трудится, предъявляет столь высокие требования к качеству своей продукции, что его превосходная, качественная мебель вызывает все большее восхищение. Неизбежно на рынок выйдет линия именно этой марки мебели, и богатые люди будут вкладывать деньги именно в такой тип деревообработки.

Вышесказанное означает, что, в сущности, понятие рынок сводится к личности: *покупается и продается личность, идентичность.* Следовательно, возвращается духовная, трансцендентная, метафизическая ценность денег. Жизнь, чудо, богатство, успех, результат — все проходит через конкретного человека с его именем и фамилией, с его «фирменным знаком», с его эксклюзивностью. Следо-

вательно, *жизнь отождествляется с твоей идентичностью*: успех носит имя и фамилию того, кто его создал. Например, искусство носит имя Леонардо да Винчи, лучшая механика — имена Мерседес, Феррари. Имя дает знак качества, превосходства, присутствия самой лучшей стороны жизни в этом моменте, в этом произведении.

Жизнь бесконечна, но тем временем маленькая песчинка этой бесконечности проносится там, где лидер находится в данный момент. Точно так же весна отождествляется не со всеми ласточками, а только с теми, которые прилетают первыми; с теми персиковыми деревьями, которые начинают цвести; с теми примулами и фиалками, которые распускаются. И среди всего, что существует, подчеркивается, превозносится лучшее. С этим лучшим отождествляется приход весны и ее сила. Так жизнь, через моменты силы, победы, идентифицирует себя с идентичностью бесконечно разнообразных жизненных форм, которые добиваются успеха. *Жизнь утверждает себя через победителей.*

Жизненная идентичность подразумевает *сохранение, качественное улучшение и передачу действия проекта жизни.*

а) *Сохранение.* Это первое, что необходимо делать, а именно: жить, быть благополучным, сохранять себя, то есть поддерживать определенный жизненный ритм. Речь идет не о выживании, а о поддержании экосистемы самих себя, собственного витального, здорового, уверенного, активного действия, об упрочении того, что было получено от других (например, определенный тип тела, здоровья, начального воспитания, культуры, опыта). «Другие» — это не родители, а все внешние проявления действительности, с которыми человеку пришлось столкнуться в жизни, частично изменившие его в лучшую или

худшую сторону. Человек представляет собой не только ДНК, но и синтез встреч, произошедших в его жизни, которые были отобраны его памятью. Из этих избранных памятью воспоминаний складывается «Я» субъекта, тип его личности.

б) *Качественное улучшение.* Из первого пункта мы поняли, что важно сохранять жизнь, ее творение. Но какую жизнь?

Здесь на первый план выходит конкретный ученый, предприниматель, строитель, то есть тот, кто творит, создает. *Качественно улучшать жизнь* означает следующее: если жизнь равна «X», то благодаря действию лидера она должна стать равной «X+1». *Качественно улучшить* – значит добавить ценность, нечто более интересное, полезное, приятное, прибыльное, удовлетворяющее. Можно качественно улучшить собственный товар, собственное действие, собственные отношения, а можно привнести функцию улучшения, новый вид услуги в область науки, искусств, морали, политики.

Например, анализируя модель гостиничного бизнеса, впервые созданную Джорджем Хилтоном и в дальнейшем перенятую во всем мире, видно, что он был страстно увлечен своим ремеслом. Он хотел принести в дар своим покупателям лучшую культуру, доступную на этой планете, интегральность высшего гуманизма. Следовательно, он не только предлагал качество, услугу, но и качественное улучшение эстетики пространства. Удалось ли ему это или нет – это другой вопрос, но факт остается фактом: этот человек был инженером эстетики, он не просто создавал места для ночлега, чтобы подзаработать денег. Ему нужны были не деньги, а реализация своего внутреннего устремления, придание ему такого качества, которое отличало бы его от других и целиком удостоверяло внутри великой жизни.

с) *Передача*. Понятно, что здесь речь идет о передаче ума, культуры, высшего технического мастерства, то есть эта изобретательность, проницательность в умении соединять различные компоненты для получения в конечном итоге более изысканного результата позволяет уменьшить материальное закрепощение человека, окрыляя его и открывая ему духовные горизонты. Это наивысший ценностный вклад в эффективность создания жизни.

Все сказанное выше относительно разума бизнеса, сводится к следующему: *подлинно богатые люди не просят Бога о помощи, а в любой ситуации своими действиями помогают ему.*



Историческим, действенным принципом всего является утилитарно-функциональная идентичность онто Ин-се. Для реализации смысла, заложенного в символе триединства⁷, важно оста-

ваться в себе, в том, чем ты действительно являешься. Действие жизни, весны проявляется в актуальности персикового дерева именно в этот и никакой другой момент. Так же и человек в каждый момент живет в определенном времени и месте, и жизнь проходит через этот способ существования, который становится присутствием этой жизни. *Если человек побеждает, то жизнь проявляется в нем.* Если он теряет, то он просто выходит из игры, а жизнь проходит через кого-то другого. Следовательно, между различными позициями каждый должен выбирать ту, которая в *этот* момент, в *этих* обстоятельствах, является

⁷ «Символ онтопсихологической культуры — триединство — означает: три в одном, и наоборот (...) Означает упорядоченный синтез бытия, мира и индивида, то есть космоатеандрического человека или же субъекта, живущего в унисон с бытием и существованием, а значит, указывает на исторический аутоктиз субъекта, ставшего онтовидением. Другими словами, символизирует триаду реализующего движения: онто Ин-се, логико-историческое «Я» и общество». Менегетти А. *Тезаурус*. Указ.соч.

полезной (утилитарной) и функциональной для него. Таково правило, таков путь успеха⁸.

Любой меметический выбор – это подмена собственной идентичности чужой. «Чужой» — значит, не относящейся ко мне. Следовательно, не являясь самими собой, мы, вместо получения выгоды от собственного дела, оказываемся в долгах. Возникает проблема: как управлять ситуациями, чтобы разрешить их, достигая заработка, а не теряя. В действительности ошибка происходит не из-за внешних трудностей. Если утилитарно-функциональный принцип действует, то человек непременно зарабатывает. Если, наоборот, на первое место ставятся сценарии, мемы, убеждения, тогда в конечном итоге он обязательно оказывается должником, героем, святым, но только не человеком, который сохраняет, качественно улучшает и передает проект жизни.

Суть такова. Становясь монахом, отрекаешься от собственной идентичности, от возможности стать протагонистом, делаешь то, что говорят другие — Св. Бенедикт, Св. Алексий и др. То же самое происходит и в браке. Жениться — значит отказаться от собственной идентичности. Конечно, многое зависит от того, какой брак, но в общем, если отказываешься от собственной идентичности ради другого, то не можешь поддерживать тотальную идентичность самого себя, в этом и кроется основное противоречие.

⁸ Априорное «Я» представляет собой: *«оптимальный выбор, который должен бы становиться действительностью при каждом взаимодействии человека и среды. (. . .) Это модус, уточняющий онтическую интенциональность в каком-то месте, оптимальное в этике ситуации»* См. Менегетти А. Тезаурус. Указ.соч.

Заключение

Сущность всего сказанного заключается в следующем: *будьте внимательны к тому, как вы позиционируете собственную жизнь*, потому что реализация выбирается и усиливается там и так, где и как проявляется собственная идентичность.

Необходимо *быть* и совершать тотальную внутреннюю самореализацию через реализацию *иметь*. Мы живем на этой планете, обладаем определенным типом существования. В этих усло-

**Деньги очень индифферентны.
Они служат только сильным, и
никогда — рабам.**

виях душа может максимально проявиться только через воплощение в мирском, экономическом, техническом, в образах, отношениях, информации. Кроме того, богатство появляется не вследствие удовлетворения первичных потребностей, а является результатом удовлетворения какой-либо прихоти, любопытства, стремления к высшему наслаждению и т.д. — всего того, что, кажется, относится к области вторичных потребностей. Жизнь прежде всего хочет быть красивой, поэтому необходим ум, искусство, подготовка, превосходство.

В сущности, онтопсихологию не волнует, какая техника является лучшей или какое оборудование более продуктивно. Ее цель — создать бизнесмена, человека, опирающегося на продуктивную интуицию. Опыт постоянно подтверждает, что все беды заключаются не во внешних обстоятельствах (налогах, служащих, подчиненных), а в самом операторе, в его поведении по отношению к бизнесу как таковому. Именно он — дирижер оркестра, именно он должен изо дня в день выбирать, что делать, а что нет. Для этого он должен обладать рациональным видением.

Кто такой способностью не наделен, тот проигрывает. Бизнес подобен карточной игре, где от игрока требуется постоянное внимание и где не карты определяют победу, а сам игрок.

Деньги очень индифферентны. Они служат только сильным, и никогда — рабам. Они настолько совершенны, что не служат не только бедным, но и тем господам, которые стали их заложниками. Деньги желают способных хозяев, настоящих господ.

ГЛАВА ДЕВЯТАЯ

ГЛАВА ДЕВЯТАЯ

9.1. Лидерские способности

Анализируя литературу по экономике, я заметил, что никому не удалось даже пунктирно обозначить такое простое внутреннее самодвижение, характерное для лидера, как *интуитивное* управление бизнесом (личным или общественным).

При всем расхождении мнений, авторы книг по экономике сходятся в одном: для разрешения любых противоречий необходимо присутствие лидера. Никто не понимает, как он это делает, но в результате экономическая проблема разрешается, появляется возможность действия. В конечном итоге, лидер оказывается своего рода панацеей в экономике.

1. С экономической точки зрения, лидер — это тот, кто обладает интуицией, благодаря которой экономическая цель осуществляется наиболее эффективно (его интуиция следует от частного к целому и основывается на логике предоставления услуги).

Интуиция — это способность видеть те взаимосвязи и соотношения, которые самым простым способом ведут прямо к цели.

Основной координирующей причиной является *цель*. Она создает форму *ментис*, предмет, сущность, основу всего. Если цель определена, то мгновенно организуются способы ее достижения, складывается программа действий. Ситуации, инструменты, персонал, деньги, производство — все должно быть собрано в единую «схему» действий, ведущих к конкретной цели.

В различных ситуациях и обстоятельствах лидер способен уловить внутреннюю непосредственную связь между

разными явлениями. Фактически, всегда существует только одна связка, которая максимально реализует цель. Порой приходится выбирать между пятью, шестью, десятью и более

Интуиция — это способность видеть те взаимосвязи и соотношения, которые самым простым способом ведут прямо к цели.

ситуациями. Лидер же способен уловить в них постоянную переменную, почувствовать простейшее объединяющее их начало, что и приводит его к поставленной цели.

Оставим пока в стороне харизматичность. Лидер — это техник, способный мгновенно понять, где неисправность, то есть какие ошибки допущены в конкретных отношениях. Лидер — это реальность, которая с легкостью наводит порядок в реалиях, имеющих к нему отношение.

Лидер видит и делает. “*Veni, vidi, vici*”*. Я пришел, я оказался здесь, я увидел и сделал. Эта способность или есть, или ее нет. Если она есть, то все функционирует, в противном случае, собственное предприятие, деньги, на-

* Пришел, увидел, победил (лат.). Прим пер

чинания, диплом, обучение ничего не стоят. Шахматная партия оказывается проигранной.

Это связано с внутренними особенностями, поэтому большинству людей (95%) не удастся достичь богатства. На самом деле существует программирование, черты характера, стили поведения, которые неизбежно приводят человека к постоянному разрушению предпосылок личного богатства. Это выстраивание самосаботажа, невозможности реализовать высшую экономику.

Причины такой ситуации заключаются в трех типах ограничений:

а) *Природные ограничения.* Например, чтобы хорошо прыгать в высоту, необходимы особые конституционные, физические параметры. Если их нет, то зачем себя насиловать?

б) *Комплексуальные ограничения.* Фактически, самая сильная часть субъекта структурирована его комплексами. Человек полагает, будто он — *deus ex machina*^{*}, будто он определяет, желать или не желать: «Достаточно мне захотеть, и я могу этого достичь!». В реальности доминирование комплексов создает категорию, опережающую действие логико-исторического «Я».

в) *Ограничения вследствие недостаточной компетентности.* Субъект не обладает практическими навыками управления конкретным событием в этом окружении, в этих обстоятельствах. Он не улавливает всех особенностей, тонкостей, потому что он не знает ни основных правил, ни исключений из них. Он еще не разобрался в деталях, не выучил необходимого, не обрел специализацию.

Эти ограничения могут присутствовать все одновременно или по отдельности, но даже наличие одного из них ни-

* Бог из машины (лат.). Прим пер

когда не даст человеку стать богатым. Для такого человека лучшим экономическим решением было бы предложить себя в помощники на предприятие другого человека: найти себе хорошего хозяина, быть умным подчиненным и получать приличную зарплату. Пытаясь управлять самостоятельно, он только навредит себе и спровоцирует исторический саботаж всего своего существования.

Причины бедности всегда обусловлены и подкреплены самим субъектом в той мере, насколько он внутренне некомпетентен, несостоятелен, деструктивен. Такое случается вне зависимости от изначального положения или удачи (если, например, он уже родился богатым).

Лидер, напротив, не нуждается в удаче, поскольку он сам создает ее. Все великие лидеры в области экономики родились из противоречий и ошибок других. В любую эпоху, в любом (маленьком или большом) обществе может возникнуть ситуация глобального дефицита, и тогда появляется лидер, который со всей простотой улавливает эту потребность и реализует ее с собственной выгодой. В ситуации неудачи большинства кто-то использует свою изобретательность и утверждает собственное отличие.

2. Лидер умеет строить свои отношения с клиентом, учитывая его идентичность.

Психологически личность лидера характеризуется умением обслуживать сокровенную идентичность своих клиентов.

Лидер должен преподносить собственный товар так, как это нравится его лучшим клиентам. В первую очередь он должен изучить их предпочтения – какой запах им нравится, какие слова, какие жесты, какая улыбка, какие скидки.

3. Способность поддерживать общий функциональный порядок.

Лидер обладает целостным видением предприятия: он видит совокупность отдельных его частей в контексте предоставления услуг. Единовременно он контролирует множество функций различных направлений и аспектов деятельности компании, будучи способным улавливать экосистемное действие.

4. Способность улавливать психические динамики, которые вносят люди, причастные к его бизнесу, к важнейшей составляющей его собственной иерархии деятельности.

Необходимо внимательно отслеживать семантики: клиентов, управленцев, операторов, продавцов, то есть всех тех, кто по контракту или стечению обстоятельств оказался рядом с бизнесом лидера.

Необходимо научиться видеть психические динамики всех участников собственного бизнеса¹. В связи с этим большое содействие может оказать онтопсихологический метод: через анализ сновидений лидера всегда можно понять функциональность деятельности персонала на предприятии. Речь идет о постоянном наблюдении за интенциональностью клиентов, персонала, особенно за специалистами «группы поддержки», потому что они привлекаются со стороны и могут внести свою динамику во время работы. В первую же очередь нужно отслеживать те окружающие нас мелочи, которые ведут к рутине, а не к движению вперед и получению прибыли.

5. Способность предвосхищать или предвидеть процессы, связанные с производством и сбытом.

Обладая способностью предвидения, лидер заранее знает, как будут развиваться события на его фирме, и может

¹ Эта способность лидера напрямую связана со способностью поддерживать общий функциональный порядок (см.п.3).

вносить изменения, предвосхищающие возникновение кризиса. Это его природный дар, его особое мастерство.

В сущности, лидер знает причинные связи. Он прочитывает причины, а не изучает следствия. Все его действия оказываются уместными и своевременными.

Подводя итоги, я хотел бы остановиться на двух моментах, которые лидер должен всегда учитывать.

1. Нет функции без человека

Достигнув однажды определенной экономической свободы, многие полагают, что могут принять на работу «десять, двадцать, тридцать человек для данного проекта», забывая, что прежде, чем приниматься за проект, нужно найти людей. Человек — это отправная точка, без него никакой бизнес невозможен.

Первым человеком, на самом деле, является сам лидер. Он должен найти собственный путь и персонализировать то, что станет его будущим core business. Выбрав направление бизнеса, он должен суметь найти специалистов-профессионалов, любящих свое дело и желающих работать. Такие люди уже сами по себе являются богатством, именно они обеспечат успех всему делу, всему проекту (в противном случае за дело вообще лучше не браться).

Если подходящего человека нет, то приходится либо все делать в одиночку, либо отказаться от проекта. Отказаться в данном случае — это уже прибыль, потому что нет потери. Потом не нужно будет искать оправданий, вы избежите риска слиться с толпой и не потеряете собственную идентичность.

2. Закон

Закон сегодня важнее денег, и его следует воспринимать как защиту от окружающих граждан, как большой щит, оберегающий субъекта от других — от более мелких

граждан, от всех фрустрированных людей, от близких и родных, которые его «любят».

Когда появляется богатство, лучше всего прикрыться законом, который защитит от маленьких фрустрированных людей: вокруг победителей всегда есть те, кто желает «подложить ему свинью». Все это — простые вещи, которые никогда не следует терять из поля зрения.

9.2. Организационные модели предприятия

С начала XX века стали появляться теории, непосредственно касающиеся организации предприятия, которые предлагали различные подходы к пониманию явления «организация», а также рациональные решения проблем, связанных с ним. Все эти теории можно объединить в пять научных школ:

1. Школа научного менеджмента
2. Административная школа
3. Школа человеческих отношений
4. Бюрократическая школа
5. Школа принятия управленческих решений

Школа научного менеджмента

Фредерик Уинслоу Тейлор

“Shop management” (или «Управление фабрикой»)² является первым методическим трудом Тейлора, в котором рассматриваются пути решения проблем, связанных с организацией и управлением на фабриках и заявивших о себе с появлением нового оборудования.

² Тейлор Ф.У. *Менеджмент (Управление фабрикой)*. — М.: Контроллинг, 1992.

В отношениях между предпринимателями и рабочими Тейлор выделяет один определяющий фактор: в конечном счете, побеждают такие организационные системы, которые удовлетворяют и предпринимателей, и работников, то есть могут обеспечить сотрудничество, приносящее выгоду обеим сторонам.

Для этого необходимо следовать некоторым правилам:

- различать *«первоклассных»* рабочих и *«средних»* рабочих: первые, работая в обычном режиме, из года в год, могут выполнять в 2-4 раза больше работы по сравнению с остальными за один и тот же промежуток времени;
- платить первоклассным рабочим на 30-100% больше, чем средним рабочим той же категории;
- подбирать на каждый тип работы рабочих, обладающих наиболее подходящими ментальными и/или физическими способностями;
- создать условия, при которых каждый работник может быть определен в рабочую категорию такого уровня, которому соответствуют его умственные и физические данные.

Тейлор предложил отказаться от иерархического порядка и заменить его функциональной структурой организации работ.

Административная школа

Изучалось не предприятие в целом, а принципы руководства и управления, при этом организация анализировалась с формальной точки зрения и с точки зрения управленческих органов и преследуемых ими целей.

Первые представители «административной школы» — это руководители, технические специалисты или консультанты. На основе своего опыта они пытались ответить на

потребность фирм в наборе принципов (носящих универсальный характер), на которых могла бы основываться управленческая деятельность, по-настоящему ориентированная на экономическую рациональность (классическая теория).

Подход «административной школы» к организации отличается от тейлоровской установки (сфокусированной на производственной функции), в первую очередь, изучением организации в направлении сверху вниз, что обеспечивает лучшее понимание структуры и функционирования предприятия в целом.

Одним словом, «административная школа» на очень прочной концептуальной основе анализирует природу и роль управления, выдвигая различные принципы, признаваемые «универсальными».

И хотя вклад данной школы, сделанный на основе опыта этих первых исследователей управления, является безусловно значимым, тем не менее в целом административная школа основывается на принципе экономической рациональности (согласно которому предприятие рассматривается как экономическая организация, а не социальная) и на представлении о человеческой природе, где фигура «управленца», обязанного следовать данной экономической рациональности, противопоставляется «массе», которую необходимо вести за собой, координировать, контролировать.

Школа человеческих отношений

Попытка преодолеть ограничения и противоречия «классической» теории, или так называемого «научного менеджмента», неизбежно приводит к появлению теорий и моделей, которые пытаются дополнить концепцию

организации, функционирующей, подобно машине, согласно исключительно экономической рациональности. Таким образом, человек внутри организации рассматривается как *определяющий фактор организационного действия*, как независимая переменная, на основе которой необходимо осуществлять разработку новых организационных и управленческих моделей.

Этот процесс определения роли и значения человеческого фактора в организации происходит постепенно.

Курт Левин. Группы.

Основное положение, объединяющее исследования в области социальной психологии, проведенные К. Левином и его учениками: группа, к которой принадлежит индивид, является основой его предпочтений, его чувств и действий, поэтому индивида не только невозможно изучать отдельно от группы, но индивид вообще существует как таковой, только если существует возможность создания группы.

Таким образом, Левин сформулировал так называемую «теорию поля», основанную на физическом понятии, в соответствии с которым для понимания поведения частицы в магнитном поле и для предсказания ее будущего поведения необходимо учитывать взаимодействие всех факторов поля.

Однако (и это важнейший момент в групповой динамике, описанной Левиным) не следует думать, что социальный конфликт есть нечто отличное и внешнее по отношению к индивиду. В любом социальном конфликте всегда есть «*внутриличностное*» измерение, внутренний аспект индивида.

Это означает, что одно из лучших решений социального конфликта заключается в воздействии именно на индивида, на его восприятие определенной ситуации. Необходимо провести *«реструктуризацию»* его системы знаний с тем, чтобы сформировать у него иное видение проблемы и, таким образом, снять создавшееся напряжение.

Но это решение возможно лишь в том случае, если некий член группы способен понимать, управлять и влиять на атмосферу и климат группы. Отсюда вытекает центральная роль фигуры лидера. Если лидер «демократичен», то ему удастся управлять группой во всей ее сложности, проводя также «индивидуальную реструктуризацию», необходимую для поддержания постоянного климата, противоположного климату социального конфликта.

Абрахам Маслоу. Иерархия потребностей.

Мотивация связана с потребностью, которая определяется как нехватка чего-либо, заставляющая индивида действовать для получения желаемого. Иными словами, человек мотивируется к действию, выбирая поведение, которое, как ему кажется, способно удовлетворить его потребность путем достижения того блага или условия, которого ему не хватало.

Что касается организаций, то для мотивации сотрудников необходимо знать потребности, которые они стремятся удовлетворить, и периодически приводить в действие соответствующие мотивационные стимулы. Таким образом, если организациям удастся структурировать себя так, чтобы удовлетворить наиболее высокие потребности индивидов, то цели предприятия могут быть достигнуты очень выгодным способом: удовлетворение

потребности человека в самореализации предполагает развитие в нем чувства ответственности и сопричастности в работе, а это, в свою очередь, повышает его производительность.

Бюрократическая школа

Под термином «бюрократия» (этимологически — управление посредством контор) понимают определенную формальную организационную модель, которая изначально связана с административным аппаратом и сильно зависит от законов и правил. Основоположником бюрократической школы считается Макс Вебер, который выделил базовые принципы и идеальные характеристики так называемых бюрократических структур, рассматриваемых в качестве рациональных организаций, способных достигать максимального уровня эффективности. Школа принятия управленческих решений

Появление школы принятия решений, возможно, связано с желанием ее представителей объединить принципы научного менеджмента с положениями школы человеческих отношений.

Как уже говорилось, общим у разных авторов является преодоление классического подхода к управлению и, следовательно, к принятию решений. На самом деле, среди универсальных принципов классической теории есть утверждение, что абсолютная рациональность регулирует осуществление управленческой функции, а цели и ценности организации определяются тем, кто исполняет административную функцию. Из этого следует, что, согласно этой доктрине, принятие решений руководством (и, следовательно, появление этих организационных реше-

ний) является результатом научного расчета и абсолютно рационального поведения.

Проблемы и ответственность за выбор передаются тем субъектам, которые, помимо определенной власти в принятии решений, по-видимому, обладают способностями и знаниями («эффективной энергией»), достаточными для принятия решений. Кроме того, часто выбор, совершаемый в этих условиях, оказывается случайным и необоснованным, поскольку бывает, что при разрешении одной проблемы появляется возможность выбора, который может стать решением другой проблемы.

В общем, модель «мусорной корзины» (*“Garbage Can Model”*) эффективна в том случае, когда не применимы проверенные рациональные процессы принятия решений. На самом деле, это не гарантирует оптимального решения проблем, но позволяет организации использовать форму принятия решений, соответствующую условиям двойного выбора. Действительно, данная модель помогает осуществить выбор, когда организация находится в условиях конфликта или неуверенности относительно своих целей и технологий.

В целом, *“Garbage Can Model”* позволяет управлять ограниченной рациональностью как субъекта, принимающего решения, так и организационного контекста, в котором принимается решение.

Эта теория совершила достаточно простой синтез, в котором, тем не менее, следует разобраться. Нет необходимости терять время на то, чтобы судить, что правильно, а что нет. Общество сконструировано определенным образом, и единственное, что можно сделать, — это понять, куда оно движется, и действовать исходя из этого. И индивид со всей своей истиной не может напрямую про-

тивостоять, сопротивляться, так как живет в этой организованной анархии, которая может скрываться под разными названиями: партия рабочих, «Сила Италии», США, профсоюз, «Конфедерация промышленников», нефть, исследования и т.д.

Не хватает критерия, который позволил бы рациональное вмешательство³. Единственный критерий, который, по-видимому, существует, — это критерий членов профессиональных союзов («Торговая Конфедерация», ремесленники, «Корпорация инженеров»), защищающих свои интересы. В сущности, вся политика — это раздел бизнеса. Чтобы понять политику, необходимо проанализировать пенсии, пособия по временной нетрудоспособности. Мы существуем в мире «мусорных корзин».

В нашем обществе и в политике все имеют права. Следовательно, бесполезно логически отстаивать то, как это «должно быть на самом деле». Точно так же не имеет смысла устраивать революцию, потому что любая революция подразумевает уже заранее заданное расположение сил.

Политика США функционирует именно так. Приведу пример корпорации «Энрон»^{*}, о которой много говорилось в связи с мошенничеством, коррумпированным бюджетом. Изначально «Энрон» обладал капиталом, и деньги принадлежали акционерам. В определенный момент «Энрон» терпит крах, и это означает, что все акционеры теряют свои деньги. О возмещении речь не идет. Впрочем, когда заключался договор, они верили в это управление. Затем «Энрон» восстает из собственных руин под другим

³ Если в обществе нет критерия, то он присутствует в лидере, который действует всегда в соответствии с критерием функциональной реальности. Как следствие, общество такого типа теряет лидера.

^{*} «Энрон» — крупнейшая американская энергетическая компания. *Прим ред.*

названием: осуществляются новые вложения, собирается новый капитал за счет других акционеров.

Таким образом, маленький народ вынужден постоянно финансировать эту организованную анархию. Сегодня реальность вещей формируется из проблем, решений и участников. Очередные члены правления, как бы то ни было, делят между собой индейку, которая даже после краха может быть обещана другим — так собираются новые деньги, дающие возможность предпринять новые экономические ходы.

Введение в систему качества

Каору Ишикава (сын Иширы Ишикава) поставил в центр системы качества удовлетворение клиента и всегда продвигал типично японскую стратегию качества. И хотя он изучил статистический контроль качества, созданный американцами, но посвятил всю свою жизнь тому, чтобы не подражать американской модели.

Ишикава всегда придавал практическим моментам своей работы философское обрамление. Работая, он всегда старался осуществлять то, что называл *«ментальной революцией»* — программу, основанную на уважении к человечеству. Это были новые идеи качества, способного оживить, возродить промышленность с помощью человека.

Для того чтобы *TQM* (тотальное управление качеством) действовало внутри предприятия, персонал должен усвоить некоторые фундаментальные понятия, которые представляют собой аспекты новой ментальности *CWQC*⁴, выделенные Ишикавой.

1. Уважение к человеку и к людям. Люди, которые работают на предприятии, должны иметь возможность в пол-

⁴ Company Wide Quality Control. Широкий контроль качества компании означает, что контроль качества распространяется на всем предприятии.

ной мере реализовать свой потенциал в соответствии со способностями, креативностью и мотивацией. Это подразумевает максимальное делегирование полномочий со стороны руководства персоналу различных иерархических уровней. Следовательно, человек: а) должен *автономно* реагировать на стимулы, исходящие из окружения, в котором он работает; б) должен *спонтанно* развивать свою психическую энергию для содействия достижению целей предприятия. Когда речь идет об «управлении, основанном на гуманизме», подразумевается система менеджмента, которая позволяет полностью развить неограниченный врожденный потенциал в любом человеке.

2. *Качество прежде всего.* Это означает проявлять внимание к качеству в повседневных действиях.

3. *Market-in.* Этим укрепляется осознание персоналом того факта, что настоящими хозяевами фирмы являются рынки и клиенты. Навсено нужно смотреть глазами клиентов.

4. *Соседний отдел – твой клиент (не создавать организационных барьеров).* Каждый сотрудник каждой организационной единицы должен помнить: отдел, который будет использовать результаты его деятельности, должен восприниматься как клиент, и, следовательно, с ним надо обращаться с позиции максимального качества.

5. *Анализировать факты и оперировать данными.*

6. *Концентрироваться на немногих важных вещах.* Во всех ситуациях действительно важных факторов не так много, и, применяя закон расстановки приоритетов, можно значительно увеличить эффективность единичных действий.

7. *Контроль процесса (in-process control).* Контролировать нужно не результаты, а различные фазы процессов, чтобы таким образом устранить повторяющиеся дефекты.

8. *Восходящий контроль (up-stream control)*. Необходимо дойти «до истоков», чтобы обнаружить причины, влияющие на процесс и взять их под контроль.

9. *Не перекладывать вину на других*. Находя себе оправдания, человек теряет необходимую устремленность к действию.

В 1993 г. была учреждена «Премия Ишикавы» за лидерство в достижении качества. Она присваивалась человеку или команде, которые через свое лидерство вносили вклад в повышение качества жизни людей.

Японский ум, без сомнения, особенный. Надо помнить, что речь идет о народе, который в одиночку создал экономическую глобализацию. По крайней мере, 30 или 40 лет Япония сохраняет индустриальное и коммерческое первенство во всем мире.

В чем особенность ума Ишикавы? Он порожден стремлением к отщепенству. Японцы проиграли войну. Они не могли иметь даже армию. Но в отличие от итальянцев и немцев они не смирились, не пали духом, не позволили «защитникам демократии» «одурманить» себя политикой помощи и поддержки.

«Тотальное качество» — это то, чего хочет клиент. Для японцев самый крупный клиент представлен американским рынком, поэтому они изучили все потребности американцев: «Я куплю противника, производя именно то, чего он хочет».

Деминг научился у Ишикавы и предложил американцам *Total Quality* на более понятном им языке.

Core Business

Core Business — это формальная цель, ради которой предприятие стремится к заработку, или специфичное средст-

во централизации бизнеса. Это означает понимание того, что ты хочешь и что ты умеешь делать особенного для рынка и ради собственного удовлетворения.

Ключевой ресурс успешной фирмы заключается в поддержании конкурентного преимущества своего *core business*.

«Определять области роста на основе *core business*» — это правило на все времена, которое позволяет расти, создавая ценность, это единственное стратегическое решение, которое позволяет сохранить конкурентную позицию на долгий период.

Менеджеры должны решить три основные проблемы для создания прибыли *core business*: 1) обеспечить уверенную и влиятельную позицию собственного *core business* или какой-то его части на рынке; 2) заниматься бизнесом, смежным с *core business* и логически с ним связанным; 3) переопределить или сместить *core business* в ответ на изменения, происходящие в отраслях промышленности.

Обеспечить уверенную и влиятельную позицию собственного core business на рынке — значит оценить, какую возможность рыночного влияния можно получить со своим *core business*. Например, у компании *Pepsi* была сеть ресторанов (*Pizza Hut, Taco bell* и др.). *Pepsi* никогда не удавалось (и не удалось до сих пор) превзойти *Coca-Cola*, потому что та, представляя свой продукт ресторанам, говорила: «Если вы выберете *Pepsi*, вы усилите вашего врага, то есть другие рестораны». Таким образом, компанию *Pepsi* значительно утяжеляло направление общественного питания. Она слишком расширила свой основной бизнес, и, кроме того, часть ее ресторанов со временем обошел МакДоналдс. И что же сделала *Pepsi*? В 1997 г. компания устраняет все то, что было связано с общественным питанием, и

сосредотачивается исключительно на напитке. В течение нескольких лет *Pepsi* удваивает свою позицию на рынке, вследствие чего начинает влиять на рынок через свой *core business*, отказавшись от расширения, которое не приносило прибыли.

Вторая проблема заключается в развитии смежного бизнеса. Чем более прочен *core business*, тем больше у вас возможностей сделать доходным смежный бизнес и одновременно потратить фокусировку.

Как можно определить собственный *core business*? Многие менеджеры не обращают внимания на этот аспект. По наблюдению авторов, большой процент людей даже не задается таким вопросом, а когда они это делают, то оказывается уже слишком поздно.

1) Первое, что следует сделать, — это определить границы вашего *core business*.

2) Выявить своих самых прибыльных клиентов.

3) Определить ваши компетенции: специфические и стратегические. Постараться понять, в чем вы хороши и неповторимы на фоне других.

4) Выявить для себя самые важные каналы продаж.

5) Проверить ваш *core business*, ответив на вопрос, действует ли он с максимальной отдачей или нет.

Следовательно, *core business* определяется тем рядом продуктов, сегментом клиентов и технологиями, с помощью которых можно получить наибольшее конкурентное преимущество, даже в такой постоянно меняющейся ситуации, как сейчас.

Необходимо сначала рассмотреть вопрос: «У тебя есть *core business*?»

Определили ли вы центральную точку, в которую можно инвестировать то, что вы хотите делать? Необходимо

наметить ее с точностью, потому что у нас ограниченный радиус действия, единственное тело. Иначе проявится недостаток идентичности в экономическом процессе индивидуального заработка.

В плане коммерции, что вы хотите делать? Быть портным, производить пуговицы или гвозди? Установив это, взвесьте: способны ли вы это делать? Есть ли у вас умения, средства? Это работает? Привлекает ли это клиента? За это платят? Это выбирают?

Что ты хочешь делать? Умеешь ли ты это делать? Это работает?

ГЛАВА ДЕСЯТАЯ

ГЛАВА ДЕСЯТАЯ

10.1. Исследование историко-психологических мотиваций частной экономики

Онтопсихология применяется также и при анализе причин конкретных исторических событий. Объективность этого психологического направления прослеживается на уровне исторической, экономико-политической и социальной рациональности. Онтопсихология восходит к истокам человечества, от которых берут свое начало как ошибки, так и победы.

Благодаря своей методологии эта наука открыла критерий соответствия действительной функциональности человека на этой планете. Следовательно, применение онтопсихологического метода позволяет обнаружить координаты победы или благополучия.

Несомненно, чтобы быть экономистом или политиком (как функции в истории и для людей), нужно идти на исторический компромисс, который предполагает субъективное, внутреннее знание онтопсихологии, адаптированное к системе местных государственных законов.

При этом необходимо учитывать актуальную ситуацию в мире. Следовательно, необходимо уметь постоянно находить исторический компромисс между знанием онто Ин-се и данностью, психометрией социальных потребностей определенного контекста, которые наиболее четко отражены в законах государства. Эти потребности следует понять, удовлетворить и адаптировать, при этом никогда не забывая о существовании «третьего глаза», которым обладает внутри себя каждый высокообразованный человек.

В сущности, необходимо адаптировать бесконечный ум всеведущей, всезнающей интуиции к правилам, устанавливаемым историческим контекстом. Сегодня государство — коммунистическое, завтра — фашистское, все относительно: мы составляем часть этого исторического «футляра» и, чтобы выжить, должны уметь адаптироваться. Точно так же, как мы приспосабливаемся с помощью одежды к различным сезонам года: мы носим теплые вещи, когда холодно, и надеваем купальники и пользуемся кремами, защищаясь от летней жары.

В настоящий момент, чтобы предоставить кому-либо экономическое первенство, мы с самого начала отталкиваемся от ошибочной предпосылки. Нас вынуждают разрабатывать программы, планы, экономические стратегии, чтобы предоставить работу каждому. Сегодня работу получают все — вне зависимости от конечного результата своей деятельности, в отличие от того, что сформулировано в учении капиталистического либерализма, где побеждал лучший. Предположим, что какой-то некомпетентный рабочий наносит вред компании, разрушая работу других двадцати умных, профессиональных рабочих. Профсоюзы и закон это допускают, потому что все должны питаться, иметь дом, телевизор, иметь возмож-

ность на получение бесплатной медицинской помощи. В скором времени и похороны могут стать бесплатными для всех (пока что это неконтролируемый бизнес).

Ведущие политические умы Европы знают о развале экономики, об этом разбазаривании налоговых средств на предоставление работы армии служащих бездельников, но ничего не предпринимают, полагая, будто таким образом они смогут избежать гражданских войн. Как следствие, гуманизм зажимается в тиски ассистенциализма, человеческий ум насильственно притупляется, и на этом общем слабоумии строятся выборы, на которых, как известно, наибольшее количество голосов легко отдается тому, кто всем оказывает ассистенциальную поддержку. Необходимо просто принять это как данность, бесполезно устраивать революции, достаточно адаптироваться к ситуации, ни в коем случае не предавая потребность гения в ответственности, которая возникает у каждого, когда он хочет проявить свое исключительное превосходство.

Отсюда возникает необходимость рассмотреть вопрос о возможности предоставления принятия решений одному ответственному лицу, которое путем исторического компромисса способно реализовать свою незаменимую и безотлагательную потребность жить в удовольствии, любви и собственной благодати. Очевидно, что ни в одном европейском государстве нет закона, который давал бы полную гарантию отдельно взятому индивиду: к существующим дебрям законов добавляются новые, которые лишают всякой ценности даже само правительство.

Несмотря на все это, ФОИЛ оптимистично смотрит в будущее: каждый может играть свою маленькую, внешне

непримечательную роль, но эффективность каждого все равно вносит незаменимый вклад в мировую историю. Победитель возвращает другим надежду на то, что и они могут сделать то же самое: это не необходимость, но, несомненно, большое удовольствие. Следовательно, в этих условиях необходимо восстановить, активизировать собственный *core business*, то есть в любой ситуации сохранять собственный источник преуспевания, реализуя путем исторического компромисса всевозможные стратегии роста, несмотря на постоянно происходящие внешние изменения. Из раза в раз нужно находить оптимальную для себя позицию, которую в процессе своей исторической адаптации онто Ин-се провидчески дает способному лидеру.

Теперь попытаемся понять возможности практического применения онтопсихологической науки в рамках экономической системы.

Говоря об экономике (в действительности ФОИЛ является курсом по экономике), нельзя не учитывать психологию, а именно онтопсихологию. Онтопсихология — это уникальный метод, позволяющий проникнуть в причины различных феноменов, всевозможных семиотик, возникающих в существовании. Например, каков смысл так называемых «эпидемий века»? Скрытый симптом динамики или патодинамики прокладывает себе путь, выстраивая собственную архитектуру из структурных компонентов истории. Поэтому в одну эпоху определенная патодинамика выражается в виде чумы, в другую — в виде желтой лихорадки и так далее (у болезней тоже есть свои сезоны, собственный историко-поведенческий период). Сегодня существует СПИД, однако единственная болезнь, которая так и осталась неизменной в веках, — это шизофрения.

10.2. «Up-stream контроль»

«Up-stream контроль» — это процесс анализа или контроля чего-либо в причине. Если в нашей жизни происходит что-то, чего мы не понимаем, это означает, что есть причина, которая действует, или — лучше сказать — *действует нами*, опережая нашу силу воли.

Суть метода в том, чтобы задавать себе вопрос «почему?» о причинах тех или иных событий таким образом, чтобы добраться до первопричины случившегося.

Этот тип контроля применяется не в отдельных подразделениях, а на всем предприятии, *охватывая все уровни управленческой деятельности*. Такая проверка должна входить в обязанности всех офисов и отделов предприятия, а не только отдельного офиса или конкретного ответственного лица. Применение этой техники контроля в соответствии с системой качества необходимо для *оживления промышленности* и для осуществления *ментальной революции* (Ишикава) тех, кто работает на предприятии — от персонала до управляющих. Эта система контроля рассматривается как стержень управленческих техник, которые без нее были бы совершенно бесполезными, несмотря на всю их изощренность.

Причинно-следственная связь

Обладать максимальным контролем над этой связью — значит быть способным устанавливать и исследовать причины, которые приводят к определенным следствиям. Без «up-stream контроля» эмпирическое исследование часто подвержено влиянию случайных факторов, предвзятых мнений. В результате чего следствия часто путаются

с причинами, исследователь переходит к рассмотрению следствия, не изучив его причины. Ошибочность рассуждения становится очевидной, когда возникает какое-то затруднение. Как правило, тут же возникает вопрос: «кто это был? кто виноват?» (разбирается следствие). Вместо этого в первую очередь нужно было бы спросить себя, «почему это произошло?» (изучить причину).

Используя мыслительный прием установления связи «причина — следствие», мы перестраиваем основу нашего подхода к работе, концентрируемся на причинах, а не на следствиях.

Задавая себе, по крайней мере, четыре раза вопрос «почему», первое, что приобретают сотрудники, — это способность улавливать так называемые «слабые сигналы», которые оборудование или различ-

ные процессы могут посылать еще до того, как произойдет какая-нибудь поломка.

В сущности, используя этот мыслительный прием установления связи «причина—следствие», мы перестраиваем основу нашего подхода к работе, концентрируемся на причинах, а не на следствиях.

«5W и 1H»

В эту формулу, состоящую из английских слов (*why, who, what, where, when, how*) входят шесть вопросов, которые полезно учитывать при раз решении любой проблемы или ситуации. На русском языке:

- почему?
- кто?
- что?
- где?

- когда?
- как?

Соответствующий мыслительный прием состоит в том, чтобы спонтанно задавать эти шесть вопросов с целью получить информацию, достаточную для изучения какой-либо проблемы. Важно начинать с вопроса «почему?», для того чтобы ответить на вопросы «что?» и «кто?».

Ответить на вопрос «кто?» легко, а вот на вопрос «почему?» — труднее. «Кто это был?»: почтальон, электрик, администратор, политик, мафия, моя жена. Кто действует или влияет? Чье логико-историческое «Я», Ин-се, чей комплекс, семантическое поле или монитор отклонения? «Где?»: на фабрике, за ужином, в постели, в путешествии... «Что?»: это был секс, стереотип, религия, то есть что вызвало это изменение? «Почему?» Если мы хотим объективно применять причинно-следственный метод, то ни в коем случае нельзя терять то, что онтопсихология определяет как первичную причинность. Она интегрирована в технико-аналитическую причинность.

PDCA

Если мы хотим действовать с научных позиций, мы должны рассмотреть все имеющиеся гипотезы, которые порождает данное явление, так как рабочий, сотрудник — это не робот и не машина: он способен думать, размышлять, видеть разницу, меняться. Проведя интегральный анализ, нужно также учесть всю психодинамику работника или рабочих.

Вначале строится гипотеза. Затем начинается экспериментальная фаза. Если экспериментальная фаза способст-

вует реализации плана, тогда мы можем «дать старт». Пока длится экспериментальная фаза — это процесс постоянной проверки (*Check*). Когда же мы уверены — начинается момент действия (*Act*). Я могу сказать, что для хорошего работника эти четыре пункта представляют собой модуль постоянной проверки; это кардинальные точки успешного предприятия, которые, впрочем, могут претерпевать изменения в индивиде день ото дня.

Есть только одна маленькая деталь. 70% нашего разума неподвластно нашему рациональному, сознательному контролю, эта часть способна обуславливать многое, влиять на наше поведение и каждодневные действия.

70% нашего разума неподвластно нашему рациональному, сознательному контролю, эта часть способна обуславливать многое, влиять на наше поведение и каждодневные действия. То есть наше сознание не обладает инструментами для того, чтобы идти дальше 30% (очень оптимистичная оценка) с целью понимания тех реальностей и тех «почему?», которые влияют на нас и наше поведение в данный момент. Для того чтобы исследовать неосознанную часть, «*up-stream* контроль» обязательно должен применяться на основе онтопсихологической методологии, которая обладает инструментами для исследования, понимания, объяснения и анализа «почему?» оставшихся 70%.

Отсюда берет свое начало преобразование термина «*up-stream* контроль» в «*up-stream* анализ».

Ишикава был мудрецом, который приложил все возможные усилия для того, чтобы соотнести онтическую интуицию с административной или управленческой рациональностью предприятия.

10.3 «Up-stream анализ» и онтопсихология

Применяя теорию «*up-stream* анализа» наряду с целостным анализом психодинамической причинности бессознательного, можно прийти к пониманию того, как заставить приносить экономическую выгоду также и знаменитые 70% бессознательного.

Один из вопросов, который необходимо задавать себе при совершении любого действия в профессиональной деятельности и в собственной жизни, звучит так: «Как я зарабатываю деньги на жизнь?». Это очень важно. Если вы не удовлетворены собственным финансовым положением, нужно провести «*up-stream* анализ». Вот как действует онтопсихология.

У длинной последовательности «почему» есть одно основание, одна переменная: последователен ли человек в собственном бизнесе? Обладает ли он рациональными предпосылками, элементарным соответствием экономическим нормам?

Помню то время, когда я участвовал в принятии решений относительно выбора того или иного кандидата на руководящую должность в американские компании. Работодателей больше всего интересовало, имелись ли у кандидата какие-либо постоянные психические координаты. Кто он? Какие у него привычки? Что для него секс? Как он относится к любви, какими воспоминаниями живет, что думает о политике? Все эти вопросы сводились к одному: способен ли этот человек стать выше, абстрагироваться от всех эмоций, от всех человеческих стереотипов ради бизнеса и денег? Акционер говорит: «Меня не интересует его любовь, его женщина, его дети, его политика — меня интересуют доллары». Предприниматель со своей поку-

пательной способностью, то есть деньгами, ищет неординарный ум, способный реализовывать процесс и достигать цели.

Сегодня во всем мире проводят исследования, с целью отыскать нейрон гениальности.

В Японии начаты исследования *идеома* (по аналогии со словом «геном»). Постепенно приходит осознание необходимости проведения исследований идей-фикс (навязчивых идей), то есть ментальных стереотипов. Эти исследования показали, что у человека на самом деле не так много идей. Считалось, что фантазия человека содержит сотни идей, однако, согласно предварительным результатам, человеку присущи 11-13 постоянных идей¹. Я же, в свою очередь, утверждаю, что каждый человек имеет лишь две-три идеи, активизирующие рефлексивную матрицу².

В каждом человеке — в том, как он решает социально-политические вопросы, как распоряжается собственной жизнью и реализует свои интересы, — обнаружен ограниченный набор элементов, названных *идеомами* (они еще не идентифицированы, и именно в этом направлении сейчас ведутся исследования), причем исследователи близки к тому, чтобы обнаружить соматические корреляты этих психических «отложений».

Таким образом, идеи обусловлены идеомами — маленькими ДНК, синкретичными самим себе и с небольшим количеством переменных. Мышление, выработка и принятие решений, осуществление выбора, фантазия зависят от свойств этих идеомов. Идеомы относятся к неврологическим факторам, управляющим субъектом на протяжении

¹ Истинность этого открытия еще должна быть подтверждена японским гигантом телекоммуникаций “Ntt”, вместе с дочерней компанией “DoCoMo”.

² См. Менегетти А. *Тезаурус*. Указ. соч., с. 194-196.

нии всей его жизни. Как только стабилизируется рефлексивная матрица, которая задает модуль взаимодействия монитора отклонения, она стандартизирует и фиксирует индивида, принуждая его к навязчивому повторению в любых исторических или эмоциональных условиях.

Практический пример: двум людям разной культуры я дал прочесть одну и ту же страницу из одной книги. У всех присутствующих в зале тоже была эта книга. Страницу для прочтения я выбрал заранее, зная комплексную predisposedность обоих испытуемых. Я знал, что именно в этом месте, в этой строчке проявят себя два противоположных комплекса: один человек прочитал бы «да», а другой — «нет». Один увидел бы: «Нельзя допустить, что любовь...», а другой: «Следует допустить, что любовь...». Я попросил их прочитать этот текст несколько раз, утверждая, что один из них ошибся. Испытуемые думали, что я прав, просто дал книгу, экземпляры которой отличаются. Поэтому я попросил их обмениваться книгами, но способ прочтения и понимания не изменился. Это значит, что человек читает, понимает и слышит так, как он уже думает, как он уже *идеоматизирован*. Эта проекция материальна, то есть человек в своем сознании создает и формирует материю, которой нет в действительности.

Исследователи пытаются выявить те элементарные идеомы, которые структурируют и определяют различные представления и поведение людей. Почему они думают о политике именно так, а о религии — совсем по-другому? Почему деньги, философию рассматривают под определенным углом зрения? Все объясняется присущей им идеоматической ДНК.

Люди обладают органами чувств, но именно психическая форма соматизирует орган. Ухо слышит в соответствии с тем, как человек уже был идеоматизирован с дет-

ства. Органы чувств уже искажены этой идеоматической структурой.

Принимая во внимание реальность бессознательного, онтопсихология исследовала ее и обнаружила идеом, который можно определить как геном доминирующего комплекса.

Инициатором этого психического похищения является внешний индуктор, ассимилированный с деятельностью человеческой психики. Этот механизм, сосуществующий в качестве паразита со всей церебральной системой человека, называется монитором отклонения³. Именно он со временем выстраивает матрицу окружающей среды. Механизм фотографирует ту экосистему, в которую попадает, и подстраивается под нее. Он становится натуралистическим *киборгом*: структурой накопления, передачи и обработки информации внутри процесса восприятия.

Машина использует человека для собственного выживания и развития, она оставляет человеческому существу пространство только для биологического существования и тот квант действия, который мы определяем как логико-историческое «Я»⁴.

Кроме того, логико-историческое «Я» предусмотрено в структуре действия монитора отклонения, который позволяет человеку развиваться только в четко заданных координатах, в рамках двух-трех идеомов, обуславливающих все бесконечное множество синаптических соединений: все синхронизированы одним техником — монитором отклонения. В результате, когда человек анализирует и исследует, он неизменно остается психосоциальным киборгом, адаптированным к определенной среде, а не к

³ Там же, с.100-105.

⁴ Там же, с.260-262.

собственной природе — вплоть до того, что противостоит собственной природной реальности.

Наиболее характерная черта поведения всех людей — это *самосаботаж*. Анализ любых провалов и неудач во всех случаях указывает на то, что чаще всего сам индивид саботирует собственные возможности роста. Поэтому онтопсихология обучает тому, как устранить этот *бессознательный самосаботаж*. Именно по этой причине необходимо совершить метанойю⁵, радикально измениться, провести «*up-stream* анализ», то есть восстановить в человеке радикальность. Все это в применении к экономическим операторам доказывает, что они анализируют контекст, ситуацию, проблему посредством идеомов, системных киборгов, постоянно воспроизводя стиль поведения, который не ведет к их росту, развитию.

Одним из инструментов, который использует онтопсихологическая методология, является интерпретация сновидений. Сновидение — это радикальная часть бессознательного субъекта. Радикальным аспектом является и онто Ин-се, корень бытия в каждом человеке. Сновидение — это глобальная информация. Сон содержит внешнюю, историческую информацию, персональную информацию о самом человеке, об обстоятельствах и т.п. Онтопсихология использует три дополнительных источника информации. Она показывает, что происходит, причину («почему») и подсказывает выход, дает решение. Сновидение, с точки зрения онтопсихологического диагноза, дает исходную точку «*up-stream* анализа», в дальнейшем — также видение безошибочной интуиции.

Лидер, которого ФОИЛ рассматривает как предпринимателя, — это способный координатор и организатор,

⁵ Метанойя (от греч. — изменяю ум) — прогрессивная реорганизация всех ментальных и поведенческих моделей. Там же, с. 96.

умеющий управлять интуицией, а значит, свободный от идеоматической навязчивости. Интуиция подразумевает целостность человека в любом взаимодействии, то есть тотальное функционирование того кванта, коим он является.

Для достижения эффективного управления в экономике мы должны суметь обеспечить *total quality*, руководствуясь критерием клиента. Для этого следует ответить на вопрос: «Для кого я работаю?». Особенности бизнеса определяются потребностью клиента. Если я в полной мере отвечаю его требованиям — предоставляю *total quality*, — мой бизнес развивается. Следовательно, критерием экономики является способность обеспечивать *total quality* в удовлетворении потребностей клиента — и не одного, а тысяч клиентов (в зависимости от радиуса действия территориальной психологии лидера, решившего реализовывать свою функцию в ответ на их потребности). Здесь уже можно заметить общий для всех экономических теорий недостаток: достижение *total quality* не должно превращаться в самоцель. Например, многим людям нравятся водка с красным перцем. Если это запрос большинства, то необходимо наилучшим образом организовать эффективное производство и качество такой водки, потому что завоевание рынка происходит именно в этом контексте. Основным клиент обеспечивает экономическому лидеру результат на рынке.

Лидер черпает интуицию из целостной глубины самого себя. Если онтопсихология возвращает логико-историческое «Я» в мир жизни (в гуссерлевском понимании), позволив ему вновь обрести всеведущее видение собственного индивидуального экосистемного пространства, то применение онтопсихологических знаний в обла-

сти экономики гарантирует финансовую прибыль. Чтобы указать путь экономического процветания тем, кто уже восстановил собственный экзистенциальный потенциал, онтопсихология обозначает четыре рациональных момента, которые необходимо реализовать:

1) обрести компетентность в определенном секторе бизнеса;

2) удовлетворить потребности клиентов с помощью тотального качества;

3) вести игру в постоянном историческом компромиссе с социальными нормами. Сегодня можно создавать собственный бизнес при условии соблюдения исторического компромисса с законами, действующими в данный момент на определенной территории. Нельзя пренебречь этими законами, руководствуясь только экономическими критериями. Пройдет время, через несколько лет моим заработком начнут интересоваться и, если я не придерживался принятых правил игры, нанесут удар по моему состоянию. Необходимо быть экспертами в области социальных норм, которые меняются в зависимости от места и исторического момента;

Сталкиваясь с проблемой любых масштабов, необходимо осознанно не впускать ее внутрь, чтобы она не стала частью нас самих.

4) оператору необходима мотивационная последовательность, удовольствие от собственного *core business*. Вид деятельности или предоставляемых услуг, избранный оператором, должен ему нравиться, отвечать его стремлению к могуществу (разумеется, не власти над другими) с целью достижения умиротворяющей, царственной самореализации: нельзя добиться высших результатов без страстного

желания субъекта-предпринимателя обогатить свой внутренний мир.

Еще два практических совета для тех, кто интересуется экономикой.

1) *Объективировать проблему без субъективного вложения.* Сталкиваясь с проблемой любых масштабов, необходимо осознанно не впускать ее внутрь, чтобы она не стала частью нас самих. Проблема должна всегда оставаться вовне, к ней нужно подходить объективно, она не должна загрязнять нашу личностную идентичность или наше сознание.

Необходимо оставаться отстраненными, трансцендентными по отношению к проблеме; только так можно понять сущность проблемы, а значит, проанализировать ее и решить.

Большинство людей, наоборот, склонны вбирать в себя, метаболизировать проблему, что, в конечном счете, подпитывает их страхи, неуверенность, глупость. Метаболизированная проблема оккупирует наше сознание, которое становится не способно монополизировать имеющийся в его распоряжении резерв решений: оно уже захвачено и, как следствие, порождает замешательство, приводя к еще большим потерям и усугублению ситуации.

2) Тем, кто имеет серьезные намерения, а также конституциональную способность быть экономическим лидером (если лидерских способностей нет, то лучше оставаться прекрасными подчиненными), я советую найти хорошего, профессионального консультанта-онтопсихолога, потому что он сможет указать вам путь к тому, как реализовать ваши всесторонние способности.

Онтопсихолог не обязательно укажет, вкладывать ли капитал в банк или нет, браться за дело или нет. Однако, без сомнения, он способен устранить тот дефект, кото-

рый влияет негативным образом на вашу способность добиваться успеха.

Кроме того, если вы уже полностью овладели своей оперативной субъективностью, то консультант сможет указать вам путь к победе. Профессиональный опытный психолог (которых, к сожалению, немного) — это огромное подспорье для профессиональной техничности предпринимателя. С помощью психолога вы сможете восстановить способность собственной технической логики обеспечивать экономическое развитие.

В моей практике не было ни одного случая, чтобы бессознательное — во всей его глобальности и во всех деталях — в процессе мониторинга ситуации субъекта, его способа управления дало ошибочный символ: оно всегда непогрешимо, важно лишь правильно расшифровывать его символику. Для онтопсихологической школы это просто, поскольку она выделила в области бессознательного различные динамики (некоторые из которых уже упоминались Фрейдом, Юнгом, Маслоу), в частности была выявлена основная причина или первичная информация, которая составляет душу или критерий, для окончательного понимания человеческого генома. Таким образом, были выделены все элементы, которые образуют поведение, бессознательное, интуицию, Ин-се человека.

Business Intuition

Каждый день жизни представляет собой контекст, в котором есть возможности и противоречия, шансы и самотаж.

Из сердца бессознательного, где закладывается структура и проект генома человека, исходит информация

онто Ин-се. Эта информация *незамедлительна, тотальна, формальна*. Она направлена на достижение собственного преимущества, поскольку приводит к результатам и приобретает форму на основе подлинного отношения между индивидом и ситуацией, поэтому дает соответствующие координаты расположения силовых точек контекста и субъекта — это онтически-экзистенциальный автоматизм. Эта информация указывает оптимальное и возможное направление, составляет часть видения ума или является внезапной формой познания. Для реализации интуиции необходима решительность логико-исторического «Я», относящегося к прошлому. Ясно, что если нет логико-исторического «Я» или прозрачного сознания, то интуиция остается лишь гипотезой, потому что из бессознательного исходят, в том числе, различные сигналы в виде эмоций, которые ничего общего не имеют с интуицией. Когда есть интуиция, то нет напряжения, а лишь эмоциональная легкость, подобная очевидному опыту. В противоположность многим авторам, утверждающим, что интуиция является фокусным восприятием (определенная и сильная эмоция), на самом деле интуиция улавливается за пределами каждого рационального и эмоционального состояния. Появление эмоции на висцеральном или церебральном уровнях скорее является результатом 1) семантическим, 2) комплексואльным 3) или общественного одобрения. Напротив, информация, которая указывает на оптимальный проект, — это целостная простота, которая обнуляет чуждое.

Таким образом, интуиция — это простое видение перехода собственной онтической идентичности. Как будто онто Ин-се определяет свою позицию в контексте.

Не существует школы, которая обучает этой технике. Обладание интуицией и ее познание является нормой

природы онто Ин-се. Чтобы использовать ее, необходимо постоянно устанавливать аутентичность, проводить тотальную психотерапию относительно стереотипов и рациональности. Достижение невозмутимости в различных моделях, свойственных характеру, перестройка логико-исторического «Я», приведение его к состоянию прозрачного зеркала исторической ситуации, в соответствие с индивидуальной онтической идентичностью, таковы условия, при которых интуиция становится постоянной. Избегая воздействия стереотипов и диад, монитора отклонения, семантических полей и рациональных убеждений, каждый день следя за состоянием собственного сознания, возможно войти в онтическое видение, которое и является интуитивной информацией в различных ситуациях.

После открытий, сделанных онтопсихологией, научной задачей и волевым решением становится знание того, как быть здесь, то есть для себя, сейчас.