

## **Матрица: 100% управления, или Добро пожаловать в позитивную корпоративную идеологию!**

Очевидно, что главное конкурентное преимущество любой компании заключается ни в оборудовании, ни в технологиях, ни в деньгах, а именно в людях! И от того, как люди используют свои знания и умения, насколько они лояльны к своей фирме и хотят в ней работать — будет зависеть судьба бизнеса в целом.

Александр Кондратович

Чего стоит жизнь, если ее смысл давно выхолощен работой? Незаметно мы становимся частью абстрактного юридического лица, при этом потеряв свое собственное....

«Как мне надоела эта работа!» Кто из нас не слышал подобного крика отчаяния из самых сокровенных глубин своей измученной души? Да что там говорить, ведь нечто подобное творится не только в вашем сердце, но и в сердцах миллионов наших современников по всему миру!

Предоставим слово фактам. По данным американской компании по надзору за использованием ПК на рабочих местах:

- каждую неделю в среднем 8,3 часа (т. е. больше целого рабочего дня) служащие корпораций в США тратят на посещение веб-сайтов, не связанных с их работой;

- 70 % порносайтов пользователи посещают в период с 9.00 до 17.00 в рабочие дни.

У 39 % служащих российских компаний доступ к Интернету на рабочих компьютерах не ограничен. Как не применить отличную возможность в личных целях?! Что, в общем, офисные работники и делают. По данным опроса исследовательского холдинга ROMIR Monitoring, у 76 % опрошенных респондентов основная рабочая деятельность связана с компьютером, и 90 % из них признались в использовании служебного компьютера и Интернета в своих личных целях. Они устраивают себе паузы и отдых от работы без отрыва от рабочего компьютера и одновременно развиваются интеллектуально:

- 80 % занимаются в Сети поиском информации, не связанной с работой;

- 60 % плотно общаются с друзьями через ICQ, читают книги и материалы, не связанные с работой, в электронных библиотеках или на информационных порталах, причем 57 % еще и скачивают их;

- каждый второй респондент (всего 55 %) следит за новостями, читая интернет-версии газет и журналов.

Основной причиной распространения подобных явлений является фундаментальная проблема современного менеджмента: менеджеры хотят добиться гарантированного управления персоналом, но гарантированно управлять можно только неодушевленными предметами, механизмами или системами.

Следствие из фундаментальной проблемы современного менеджмента: для того чтобы гарантированно управлять человеком его надо перевести в неодушевленное состояние! Однако сразу же напрашивается простой вопрос: принесут ли прибыль мертвые души? Можно ли быть уверенным в эффективности работы зомби в банке, магазине, клинике, офисе?

Именно поэтому неточное определение профессии эффективного управляющего менеджер можно заменить более точным и отражающим суть — идеолог, так как объектом его управления становятся не столько абстрактные сотрудники и организационные структуры, сколько конкретные идеи и ценности организации, то есть ее идеология. Целью работы такого специалиста является создание особой психологической атмосферы, необходимой для получения долговременной прибыли предприятием.

Очевидно, что главное конкурентное преимущество любой компании заключается не в оборудовании, не в технологиях и не в деньгах, а именно в людях! И от того, как люди используют свои знания и умения, насколько они лояльны к своей фирме и хотят в ней работать — будет зависеть судьба бизнеса в целом.

Есть «три кита», на которых стоит действенная корпоративная идеология с долговременным позитивным эффектом, как для владельцев бизнеса, так и для простых корпоративных служащих:

- радость у сотрудников от процесса выполняемой работы;
- научный подход к организации всех производственных процессов в компании;
- атмосфера непрерывного профессионального самосовершенствования каждого сотрудника компании.

Однако одно дело знать проблему, другое — понимать методологию процедур ее решения... Иллюстрирует проблему разрыва между знанием и пониманием древняя притча о превращении Иисусом Христом воды в вино на свадьбе в Кане Галилейской. Вода символизирует знание. Водой даже можно утолить жажду в зной. Но согласитесь, насколько другое действие оказывает на человека вино! Вкус понимания и его отличие от знания таково же, каково и на вкус отличие вина от воды. Хотя и то и другое может утолить жажду, но вино также изменяет мировосприятие человека.

Ни для кого не секрет, что сегодня в корпоративном мире существуют чрезвычайно эффективные, проверенные временем организации, ключевой причиной успеха которых являются фундаментальные идеологические принципы, сформулированные еще в середине прошлого века Эдвардом Демингом.

По иронии судьбы данные принципы были сформулированы американцем, а использованы в полную силу японскими управленцами. Каков итог, мы все знаем — японские компании сегодня — это один из самых серьезных конкурентов не только американским корпорациям, но и любым другим мировым компаниям-гигантам.

Появление системы Позитивной Корпоративной Идеологии — закономерный результат моего 17-летнего управленческого опыта, следствие научного подхода и проверенных практикой бизнес технологий. Если сформулировать определение, то выглядеть оно будет так: Корпоративная Идеология — это целостная система принципов и методик развития у сотрудников искренней веры в единство ценностей и целей корпорации и индивидуума. Хотя естественно, что сама тема экономической идеологии значительно шире формата данной статьи, а эффекты от внедрения Позитивной Корпоративной Идеологии — глобальны в своей результативности!

Итак, какие же выводы можно сделать для понимания базовых основ построения Позитивной Корпоративной Идеологии.

- Эффективное управление не может быть без идей и системных изменений, объединяющих руководство компании, средний менеджмент и рядовых сотрудников в сплоченную команду.
- Не нужно изобретать идеологический велосипед. Необходимо использовать накопленный человечеством позитивный и негативный исторический опыт.
- Для эффективного управления необходимо понимать модель формирования человеческих ценностей и убеждений, привычек и стереотипов, веры и страхов.

Очевидно, что запуганные работники никогда не смогут добиться требуемого уровня качества товаров или услуг. Страх — плохой менеджер. Зачастую в борьбе с внешними конкурентами руководство

компания порождает тысячи конкурентов внутри нее. Соперничество внутри группы за более высокий статус по всем направлениям является абсолютно неизбежным в компаниях без сформулированной и внедренной идеологии. О какой сверхприбыли может идти речь, когда служащие абсолютно равнодушны как к внутренним, так и к внешним клиентам компании и заняты исключительно борьбой за тепленькое место вверху пирамиды управления?

Здесь уместно привести одну историю, которая иллюстрирует отличие Позитивной Корпоративной Идеологии от ее негативного широко известного варианта:

«Когда-то давно старый индеец открыл своему внуку одну жизненную истину: — В каждом человеке идет борьба, очень похожая на борьбу двух волков. Один волк черный и представляет зависть, ревность, сожаление, эгоизм, амбиции, ложь. Другой волк белый и представляет мир, любовь, надежду, истину, доброту и верность.

Внук, тронутый до глубины души словами деда, задумался, а потом спросил: — А какой волк в конце побеждает?

Старик улыбнулся и ответил: — Всегда побеждает тот волк, которого ты кормишь».

Позитивная Корпоративная Идеология — это в определенной мере революция в стратегическом менеджменте, которая позволит предотвратить апатию у служащих и создать новую осмысленную атмосферу, где вопиющая неэффективность просто не сможет существовать. И получается очень интересное наблюдение: если капитал в XIX-XX веке был следствием эксплуатации человека человеком, то в XXI веке капитал — это следствие доверия человека к человеку!