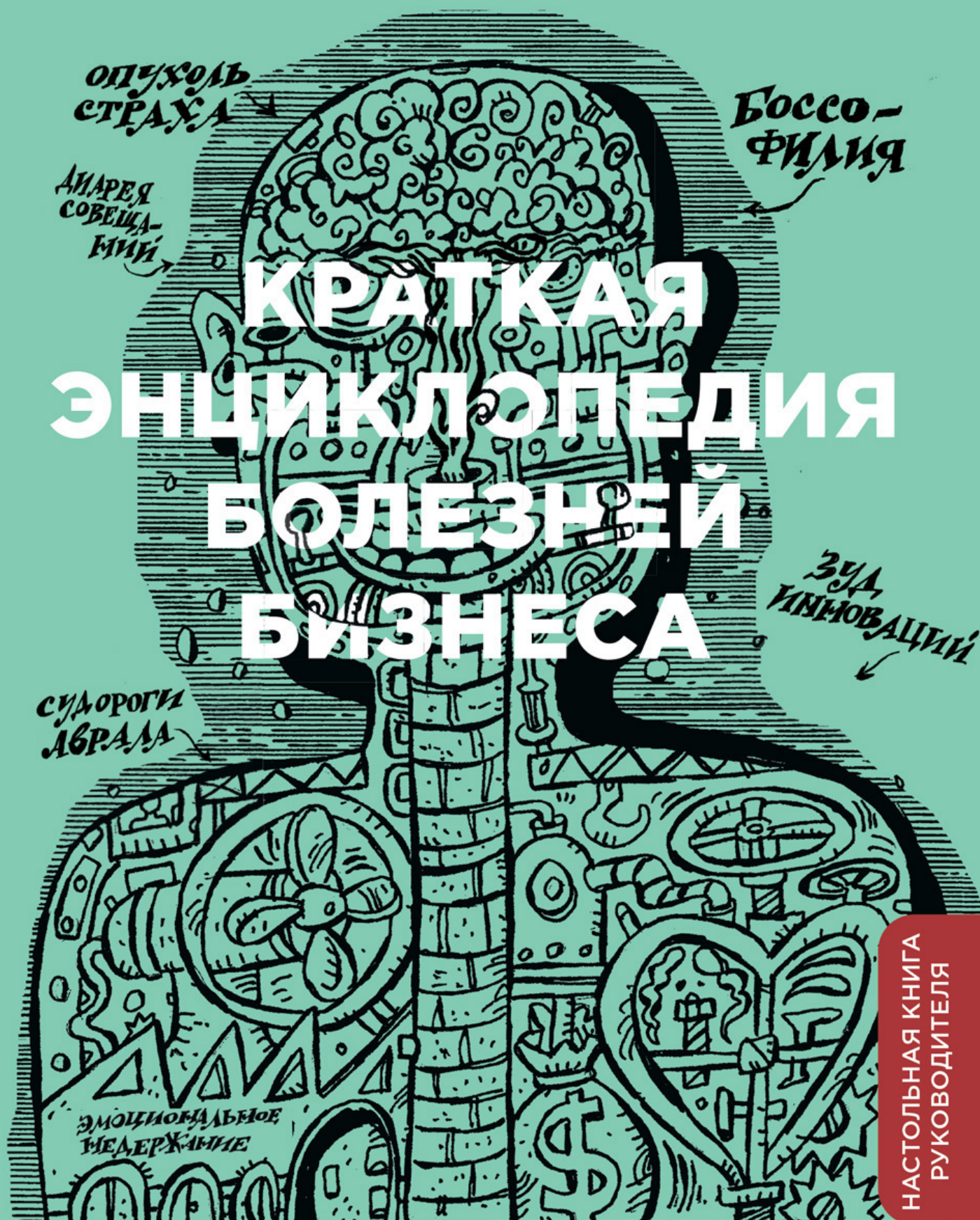


В Я Ч Е С Л А В Т А Р А Н О В



КРАТКАЯ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ БОЛЕЗНЕЙ БИЗНЕСА

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА
РУКОВОДИТЕЛЯ

ДИАГНОСТИКА И МЕТОДЫ ЛЕЧЕНИЯ

альпина PRO

Вячеслав Таранов

**Краткая энциклопедия
болезней бизнеса:
Диагностика и методы лечения**

«Альпина Диджитал»

2023

УДК 334.722:005

ББК 65.290

Таранов В.

Краткая энциклопедия болезней бизнеса: Диагностика и методы лечения / В. Таранов — «Альпина Диджитал», 2023

ISBN 978-5-20-600262-1

Взрослый ответственный человек регулярно проверяет свое здоровье. А хороший лидер еще и исследует самочувствие своей компании. Данная книга послужит инструментом для своеобразной бизнес-диспансеризации. Отсутствие запроса на плохие новости может сформировать у руководителя искаженное представление об истинном положении дел в организации – увы, это характерно не только для госуправления, в бизнесе аллергия на плохие новости тоже встречается сплошь и рядом. В этой книге коуч Вячеслав Таранов рассказывает о трех десятках распространенных заболеваний бизнеса, среди которых атрофия ответственности, диарея совещаний, зуд инноваций и судороги аврала. Каждому диагнозу он посвятил отдельную главу, в которой подробно и реальными кейсами описывает симптомы, причины возникновения и последствия болезни. А в конце книги делится эффективным протоколом лечения и дает дельные рекомендации по профилактике. Книгу можно читать от начала до конца либо выборочно, сфокусировавшись на конкретных бизнес-болезнях. Главное, как пишет автор, «честно соотнести прочитанное с собственными проблемами, сделать адекватные выводы и начать бороться с тем, что мешает вашему бизнесу быть здоровым и крепким, расти и развиваться». Поощрение необязательно должно быть материальным, но люди должны понимать, что их инициативы замечены и приняты с благодарностью. Если этого не происходит – это типичный симптом дефицита благодарности. Особенности

- Структурированная подача информации;
- Реальные примеры из практики бизнес-коуча Вячеслава Таранова;
- Разобраны самые распространенные бизнес-болезни, которые подрывают здоровье организации и мешают развитию. Для формирования психологически безопасной среды в коллективе руководитель должен придерживаться правила баланса обратной связи «3:1». Это значит, что сотрудник должен получать положительную обратную связь в три раза

чаще, чем отрицательную. Для кого Для руководителей, владельцев бизнеса, лидеров, менеджеров любого уровня.

УДК 334.722:005

ББК 65.290

ISBN 978-5-20-600262-1

© Таранов В., 2023

© Альпина Диджитал, 2023

Содержание

Введение	10
01	13
Симптомы	14
Причины возникновения	15
Возможные последствия	16
Протокол лечения и профилактика	17
02	18
Симптомы	19
Причины возникновения	20
Возможные последствия	21
Конец ознакомительного фрагмента.	22

Вячеслав Таранов

Краткая энциклопедия болезней бизнеса: Диагностика и методы лечения

Переводчик *М. Кульнева*

Редактор *Е. Дервянко*

Руководитель проекта *А. Туровская*

Дизайн *Т. Саркисян*

Рисунок на обложке *А. Егоров*

Корректоры *Н. Игошева, Н. Казакова*

Компьютерная верстка *О. Щуклин*

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

© Таранов В., 2023

© Оформление. ООО «Альпина ПРО», 2023

* * *

Вячеслав Таранов

КРАТКАЯ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ БОЛЕЗНЕЙ БИЗНЕСА

Диагностика
и методы лечения



Интересный подход – описать существующие бизнес-проблемы через болезни. Такими заболеваниями страдают и организации, и их лидеры. Полезная книга, прочитал не отрываясь, что случается очень редко. Обязательно используем и реализуем идеи!

*Игорь Артамонов,
губернатор Липецкой области*

Книга Вячеслава Таранова «Краткая энциклопедия болезней бизнеса. Диагностика и методы лечения» – свежий, интересный подход к управлению организациями и новый взгляд на лидерство.

Автор, обладая большим опытом работы в консалтинге и имея возможность наблюдать за развитием компаний разной величины и из разных отраслей, пришел к интересной идее – описать проблемы, с которыми сталкиваются организации в процессе развития, в простой и наглядной форме – в виде справочника «болезней» и рекомендуемого протокола лечения. Книга дает прямые, четкие ответы на так называемые нездоровые симптомы, определяет причины их появления и приводит методы профилактики. Она побуждает к анализу реальных кейсов, заставляет думать, представлять, диагностировать, сравнивать, осознавать. Для меня это очень ценно.

И конечно, мне импонирует юмор, с которым автор описывает широко распространенные рабочие ситуации, присутствующие практически в любой организации, независимо от ее статуса и направления деятельности.

Я сказал бы, что это рабочий справочник для руководителя любого звена.

*Кирилл Царёв,
первый заместитель председателя правления Сбера*

Мы годами вместе с Вячеславом развивали корпоративную культуру, решали проблемы командного взаимодействия и так «уходили в точку» от конкурентов. Платили ему огромные суммы. И вот он выплеснул всю свою мудрость на страницы этой «Краткой энциклопедии...». И что прикажете делать? Теперь любой вдумчивый собственник бизнеса или руководитель сумеет самостоятельно диагностировать болезнь и излечить ее.

Бонус этой книги – остроумный стиль повествования. Текст создает ярчайшие образы сразу в обоих полушариях.

*Денис Степанов,
президент Central Properties*

Книга Вячеслава, эта энциклопедия бизнес-болезней, станет отличным диагностическим инструментом в руках руководителя любого уровня. Кроме того, она замечательно отражает способность автора не только увидеть проблему, найти ее решение, но и отнестись к ней с известной долей здорового юмора.

*Иван Петров,
вице-президент «Ростелеком»*

Книга прекрасно отражает экспертный уровень её автора Вячеслава Таранова. С одной стороны, она демонстрирует, насколько глубоко Вячеслав владеет темой, с другой – создает эмоциональное ощущение прямого диалога с ним, таким, каков он есть на самом деле. Если у читателя хватит смелости

признать, что ему есть что почерпнуть из книги и есть что улучшить в своей работе, то рекомендации автора, безусловно, принесут ему немалую пользу.

*Хачатур Помбучян,
СЕО «Мегафон»*

Не первый год знакома с Вячеславом и рада стать одной из первых, кто прочитал эту книгу. Наш фонд построен на основе бизнес-принципов, и я рекомендую к прочтению «Краткую энциклопедию...» всем тем, кто хочет наладить эффективные взаимоотношения в команде вне зависимости от сферы деятельности, будь то крупнейшая корпорация или благотворительная организация. Емкое руководство к действию, с учетом быстрого темпа роста компании и жизни – отличная литература!

*Мирослава Сергеенко,
учредитель и президент благотворительного фонда «Онкологика», executive-коуч*

Очень неординарный, а главное – четкий амбулаторно-реанимационный подход в отделении менеджмента!

Не многие знают, что у Вячеслава есть хобби – мотоцикл. В управлении мотоциклом есть основной момент – если ты не используешь контрруление, то не пройдешь крутой вираж на максимальном пределе. Также надо уметь вовремя оттормозиться, подгазовать и перенести баланс... Управленец (менеджер) – это пилот команды, только его четкие действия во время гонки могут либо принести кубок, либо перечеркнуть общие усилия. Автор создал энциклопедию контрруления, и теперь у вас есть шанс зайти во все крутые виражи на пути к победе.

*Дмитрий Вовк,
вице-президент MV Agusta Motor S.p.A.*

Введение

*Идет отряд походным порядком. Где должен быть командир?
Вперед! На лихом коне!
Георгий Васильев, Сергей Васильев, «Чапаев»*

*Нет здоровых людей, есть недообследованные.
Врачебный афоризм*

Начнем с, казалось бы, риторического вопроса. Что такое лидерство?

Если вы задумаетесь об этом всерьез, вы поймете, что лидерство не имеет ничего общего ни с должностью руководителя компании, ни с фактом владения компанией. Возможно, вы уже задумались о лидерстве всерьез – и поэтому раскрыли эту книгу.

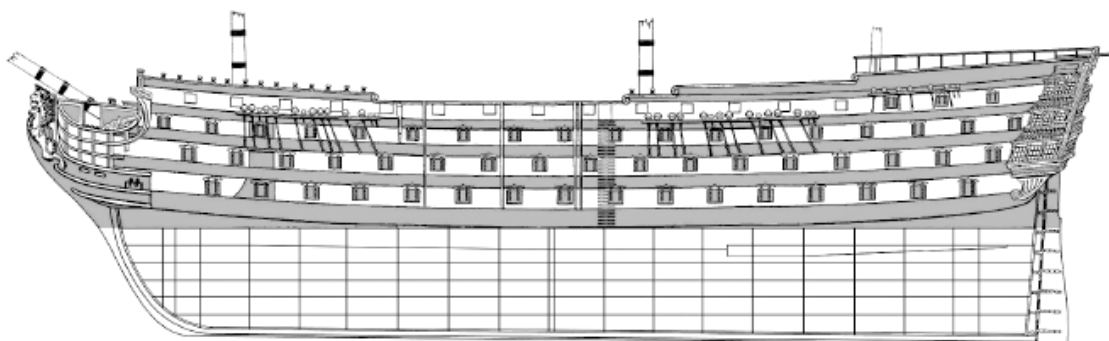
Лидер – это человек, который сам распределяет свое время, сам расставляет приоритеты и сам выбирает, куда прикладывать свои усилия. Тот, кто на все это неспособен, обречен играть в чужих сценариях – и только тот, кто обладает необходимым влиянием на собственную жизнь, может брать на себя ответственность.

Таким образом,

ЛИДЕРСТВО — это **ВЛИЯНИЕ**
плюс **ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**.

Не каждому лидеру необходимо быть руководителем, но каждый человек, управляющий командой, должен влиять на все происходящие в ней процессы и принимать ответственность за них.

За много лет работы с первыми лицами компаний я понял, что структуру работы руководителя можно сравнить с трехпалубным кораблем. Управлять кораблем можно, только находясь на верхней палубе. Допустим, вы капитан корабля, но находитесь ли вы на верхней палубе, чтобы управлять им?



Чем вы сейчас занимаетесь? Если в данный момент вы решаете текущие задачи – визуирование отпусков, срочные вопросы одного из конкретных проектов, выполнение месячного плана продаж – кстати, многие директора компаний считают, что акционеры платят им зар-

плату именно за это, – вы находитесь на нижней палубе. Там очень много работы, на нижней палубе, но оттуда совершенно не видно, куда плывет корабль.

Но, может быть, вы уже разделались на сегодня с текучкой и занимаетесь, как иногда говорят, стратегией следующего квартала? Если честно, то в классическом понимании квартальный горизонт означает краткосрочные задачи. И даже если мы сделаем вам комплимент и назовем, принимая во внимание особенности турбулентной экономики нашего времени, квартал среднесрочным периодом, – это все равно не имеет ничего общего со стратегией. Когда вы решаете задачи среднесрочного периода, вы находитесь на средней палубе. На ней совсем другой масштаб проблем, если сравнивать с нижней палубой, но курс корабля прокладывается не здесь.

Только находясь на верхней палубе, вы смотрите вдаль и видите, как выглядит ваш корабль в целом, куда он идет, не угрожают ли ему рифы и мели – и не стоит ли изменить курс. Это уровень стратегических задач. Только с этого уровня можно наблюдать за кораблями корпораций-конкурентов, а также за курсом таких могучих лайнеров, как Сбербанк, «Яндекс», Amazon и Google.

Какую часть вашего времени вы находитесь на верхней палубе? Чаще всего отвечают, что у них уходит на стратегическую работу, включая обсуждение командного развития и саморазвитие, 10 % времени. С учетом типичного 10-часового рабочего дня руководителя это один час в день. Возможно, и вы так думаете – но реалистична ли эта оценка? Не выдаете ли вы желаемое за действительное, если вам удалось выкроить на неделе один час для стратегических задач в пятницу вечером, когда все сбежали из офиса? Анализ заболеваний бизнеса – одна из задач, которую можно выполнять только на верхней палубе, очень важная, но часто несрочная. Взрослый ответственный человек регулярно проверяет свое здоровье. Книга, которую вы держите в руках, – хороший инструмент для диагностики здоровья организации.

Автор вовсе не пытается выдать себя за идеального менеджера, который проводит все свое время на верхней палубе. У меня тоже есть краткосрочные и среднесрочные задачи. Мне тоже некогда. Вопрос осознанного лидерства в том, чтобы *осознанно* выделять определенный процент времени на верхнюю палубу.

Эту книгу я начал писать в 2022 году, и есть три главные причины того, что я дописал ее только в 2023-м.

1. Я вел слишком много стратегических сессий, консалтинговых программ и занимался индивидуальным коучингом. То есть у меня все было расписано по дням и часам, слишком много задач на нижней палубе, – как и у вас.

2. Книга была мне нужна не для того, чтобы повысить текущие продажи, мой календарь и так заполнен проектами на несколько месяцев вперед. Я психологически не мог выделить достаточно времени на задачу, которая не приносила мне большой пользы в краткосрочной перспективе, – так поступили бы и многие из вас.

3. Я не знал, получу ли я одобрение аудитории, и не хотел заниматься рискованным в этом смысле предприятием.

И все же мне удалось убедить себя, что инвестировать в будущее важно, что мы слишком часто недооцениваем будущее, и хорошо бы сломать эту тенденцию прямо сейчас. Мне удалось выделить достаточно времени на верхней палубе, чтобы написать эту книгу, и теперь мне предстоит получить реакцию аудитории, вашу реакцию. У меня есть определенные резоны надеяться, что вы извлечете из чтения пользу и что реакция будет положительной, – как и реакция моих клиентов на мою консалтинговую деятельность в области развития лидеров и команд.

Чтобы у вас был определенный стимул читать эту книгу, я решил оформить ее в виде медицинского справочника для руководителей – о типичных заболеваниях бизнеса. Поверхностный анализ показал, что чем больше баланс времени руководителя смещается в сторону нижней палубы, тем выше вероятность, что в его организации проявятся симптомы одного из трех десятков описанных мной «заболеваний».

Этим болезням я дал «говорящие» названия – аллергия на плохие новости, болезнь дружбы в бизнесе, диарея совещаний, мерцательное целеполагание, зуд инноваций, судороги аврала, раздвоение руководства и т. д. Каждая глава посвящена отдельному заболеванию и написана по единому плану:

- симптомы;
- причины возникновения;
- возможные последствия;
- протокол лечения и профилактика.

Я бы очень хотел, чтобы каждый из моих читателей мог открыть ту страницу, которая его непосредственно касается, узнать, «как это лечится», и больше ни о чем не беспокоиться, но практика показала, что многие листают ее от начала до конца и находят много знакомого. Поэтому вы можете читать эту книгу как угодно – с начала, с конца, выборочно. Главное – честно соотнести прочитанное с собственными проблемами, сделать адекватные выводы и начать бороться с тем, что мешает вашему бизнесу быть здоровым и крепким, расти и развиваться.

А теперь о том, как эта книга помогла мне самому. На этапе редактирования я неожиданно обнаружил у себя одно из описанных в ней заболеваний – дефицит благодарности. Я уже хотел подписать рукопись в печать, когда понял, что не поблагодарил тех, без кого я бы не смог написать эту книгу и собрать для нее материал.

Итак, слова искренней благодарности важным для меня людям.

Моя мама, Галина Таранова. Странно говорить, за что я благодарен ей. За всё!

Елена Меламед, моя жена и муза. Когда жена заведует кафедрой психоанализа в одном из ведущих вузов, сам невольно начинаешь глубже анализировать процессы, происходящие с людьми.

Мои замечательные дети – Ира, Андрей и Катя. Они наполняют мою жизнь смыслом и дарят вдохновение.

Наташа Миронова, мой ассистент, а с недавних пор – и руководитель проектов компании TEAMEXPERT. Благодаря тому, что Наташа навела порядок в бизнес-процессах, у меня появилось время заниматься книгой на верхней палубе.

Сергей Чучмаев, мой коуч в течение нескольких лет. Вы спросите, зачем коучу коуч? Нам тяжело анализировать себя самостоятельно. Рефлексия – хорошая практика, но с помощью профессионала любой процесс идет гораздо эффективнее.

Стас Хайков, мой фитнес-тренер. Без хорошей физической формы сложно чего-то добиваться в бизнесе.

Камилл Ахметов, профессиональный писатель и книжный коуч, помогавший мне работать над книгой.

Все тренеры-консультанты и коучи команды TEAMEXPERT. Спасибо, что делились своим бесценным опытом, интересными кейсами и наблюдениями!

Все мои любимые клиенты! Спасибо вам за то, что все эти годы мы вместе! Помогать лидерам и командам развиваться – смысл моей профессиональной деятельности.

Вячеслав Таранов
Москва, 2023

01

Аллергия на плохие новости

Мистер Корлеоне из тех, кто требует, чтобы ему сообщали плохие новости немедленно.

Марио Пьюзо, «Крестный отец»

Как правило, люди избегают проблем, трудных решений и важных разговоров. Дон Вито Корлеоне знал, что плохие новости нужно получать немедленно – ведь если избегать проблем, станет только хуже!

А вы готовы узнавать правду о себе, своей команде, своем бизнесе? Или вы из тех, кто, как и многие менеджеры сегодня, привык делать хорошую мину при плохой игре и овладел этой «компетенцией» в совершенстве?

Соппротивление стрессу от неприятной информации – естественная защитная реакция психики. Но что будет, если постоянно идти у нее на поводу и, щадя себя, отказываться слышать то, о чем не хочется знать? Приучив свою нервную систему к хорошим новостям, вы провоцируете у себя «аллергию» на реальность. Всякий раз, спасаясь от шока, вызванного плохими новостями, вы будете хвататься за «антигистамины» – успокоительные доклады подчиненных о том, что все хорошо.

СИМПТОМЫ

1. В компании не принято открыто обсуждать проблемы – и они продолжают нарастать, пока их не становится слишком много. До этого момента все прекрасно видят, что дела складываются не лучшим образом, но никто не хочет первым бить тревогу – уж лучше, как все, не замечать проблем и делать вид, что все идет по плану. При таком подходе сначала формируется негласный социальный договор «не раскачивать лодку», а затем и так называемая культура хороших новостей.

2. Лучше нарисовать руководителю благостную картину, чем расстроить его или навлечь его гнев.

В одной из крупнейших российских компаний было принято решение сменить вывески розничных филиалов. Первая волна ребрендинга коснулась филиалов, расположенных на основных трассах в городах присутствия, а затем топ-менеджеры приняли решение направить средства на другие, более важные проекты.

Через полтора года в ходе регионального визита одного из топ-менеджеров оказалось, что его плановый маршрут пролегает мимо филиала со старой вывеской. Какое решение принял местный менеджмент? Дать высокому начальству возможность увидеть старую вывеску, напомнив тем самым о незавершенном ребрендинге? Изыскать скрытые резервы, чтобы все-таки заменить вывеску? Нет! Вывеску просто сняли, чтобы начальник, проезжая мимо, не заметил филиала собственной компании!

3. Любые провалы объясняются внешними факторами. Во всем всегда виновата рыночная конъюнктура, экономическая рецессия, колебания курсов валют и т. п.

4. Провалы выдаются за удачи. Топ-менеджер одной крупной компании безмятежно сообщил мне, что у них любой пилот принято признавать успешным!

Одна из дочерних компаний крупного финансового холдинга два года работала в убыток. Чтобы избежать очевидных неприятных последствий, директор решил превратить свою неудачу в успех – он выступил перед руководством материнской структуры с великолепной презентацией, доказывающей, что его блестящая работа позволила избежать куда более серьезных убытков. Был ли он уволен? Была ли закрыта его компания? Нет, наоборот – все кончилось докапитализацией дочерней компании в объеме 200 млн рублей и премией ее руководству.

Все это было бы смешно, когда бы не было так грустно...¹

¹ Строка из стихотворения М. Ю. Лермонтова, написанного в альбом Александре Смирновой (урожд. Россет), хозяйке известного литературного салона, где бывали Жуковский, Пушкин, Гоголь и многие другие русские писатели. Впервые опубликовано в 1840 г. в «Отечественных записках».

Причины возникновения

1. В основе этой болезни всегда лежит личностный фактор. Участники команды прекрасно понимают, насколько их руководитель готов к восприятию плохих новостей. Когда он неуверенно чувствует себя на своем месте, он боится столкнуться с реальным положением дел, считая, что неудачи станут неопровержимым свидетельством его слабости. (В действительности же все наоборот – только по-настоящему сильный руководитель может принять и признать свою неидеальность!) Сотрудники вынуждены принимать правила игры: они делают вид, что в бизнесе все хорошо, а значит, компанией руководит великолепный лидер.

2. Крупные и очень крупные компании, имеющие огромный запас прочности, позволяют себе быть недостаточно эффективными. Дело в том, что менеджмент таких компаний заботится не столько о прибыли акционеров и капитализации бизнеса, сколько о собственном благополучии. Вот откуда берутся бесчисленные «успешные» пилоты!

Такие компании – и это особенно часто касается компаний с госучастием – любят ставить перед собой амбициозные планы и разрабатывать прорывные стратегии. Как правило, жизнь вносит в такие планы и стратегии неизбежные коррективы и поставленные цели не достигаются, но никого из топ-менеджеров за это не увольняют, некоторых даже повышают – и всех, конечно же, награждают бонусами.

Причины провала стратегий никогда не обсуждаются, поскольку это равносильно признанию некомпетентности, а то и профнепригодности руководителей компаний. Принимаются и торжественно презентуются новые стратегии, еще более амбициозные. Увы, этот порочный круг сам себя не разорвет.

3. Менеджеры и сотрудники считают начальника источником стабильности своего положения. От его настроения многое зависит – премия, повышение, отпуск, просто эмоциональный комфорт. Авторитарный руководитель вполне может обратить свой гнев на гонца, принесшего дурную весть.

4. Важнейший фактор, способствующий развитию заболевания, – отсутствие права на ошибку в корпоративной культуре. Сотрудник, допустивший промах, сталкивается с дилеммой – рассказать о нем или промолчать в надежде, что ошибка останется незамеченной. В первом варианте риск негативных последствий для себя лично, во втором риски для компании. В компаниях, где сильно развита культура страха, опасения за собственную безопасность всегда перевешивают.

Возможные последствия

1. Любые проблемы проще решать на ранней стадии их развития. Пока проблемы замалчиваются, решать их невозможно. Когда возникает риск срыва сроков проекта, исправить ситуацию можно, только открыто заявив о проблеме, – только такой подход позволит коллективу проанализировать ошибки, перераспределить ресурсы, скорректировать планы. Если вместо этого коллектив, зажмурившись, идет к явному провалу, следующим шагом останется только подготовить красочную презентацию о том, что все могло быть значительно хуже.

2. Когда сотрудники осознают, что руководство не хочет поднимать важные, но неудобные вопросы, у них возникает ощущение беспомощности. В одной ИТ-компании менеджеры среднего звена говорили мне следующее: «Мы пытались поднять вопрос скорости протекания процессов в организации, и нас выслушали, но было очевидно, что разговор этот руководству неприятен и последствий он иметь не будет. Если руководство не волнует, что конкуренты работают быстрее и эффективнее, что на разработку схожего продукта у них уходит примерно на 30 % меньше времени и что к ним начинают перетекать клиенты, то почему это должно волновать нас? Зарплату и бонусы нам платят стабильно и вовремя».

3. Отсутствие запроса на плохие новости может сформировать у руководителя искаженное представление об истинном положении дел в организации – увы, это характерно не только для госуправления, в бизнесе аллергия на плохие новости тоже встречается сплошь и рядом.

Один российский банк организовал кампанию по формированию позитивной мотивации у сотрудников. Были проведены тренинги по инструментам нематериальной мотивации и развитию эмпатии у руководителей. Согласно проведенному опросу, вовлеченность сотрудников достигла очень высокой степени. HR-директор был премирован и представил этот проект на очередной отраслевой конференции в качестве лучшей практики мотивации персонала.

Чтобы узнать, как обстоят дела на самом деле, мы предложили председателю правления банка провести серию интервью с персоналом. Каждая беседа с внешним консультантом продолжалась один час, и картина оказалась, к сожалению, не столь благостной – люди в один голос заявляли, что в их жизни никаких позитивных изменений не произошло. Руководство проанализировало результаты интервью и пересмотрело утвержденную систему нематериальной мотивации, но на этот раз в рабочую группу включили рядовых сотрудников. В итоге вторая версия системы оказалась вполне эффективной.

Протокол лечения и профилактика

Общее замечание: аллергия на плохие новости лечится, только если она осознана руководством компании, и руководство понимает, что это дорогое заболевание и оно может плохо закончиться.

1. Формирование культуры плохих новостей.

Работая с топ-менеджментом крупного банка, я предложил выполнить упражнение «кофейные пятна» (считается, что его придумал президент авиакомпании Western Airlines, который сказал: «Люди судят об исправности двигателей наших самолетов по кофейным пятнам на откидных столиках кресел»). Вместо очередных разговоров про цифровизацию топ-менеджеры прорабатывали всевозможные клиентские комментарии о «кофейных пятнах» в своем бизнесе – от интерьеров офисов и внешнего вида сотрудников до рабочих процессов, – все знали об этих проблемах, но привыкли проходить мимо.

Поначалу я чувствовал серьезное сопротивление, но все же удалось провести серьезную «инвентаризацию» происходящего в банке. На таком уровне все это обсуждалось впервые, это был большой шаг вперед. Так мы начали внедрять в этом банке культуру обсуждения плохих новостей, и в дальнейшем нам удалось это сделать: плохие новости стали обсуждать на собраниях раз в квартал.

2. Преодоление болезненной неуязвимости – важнейший шаг для формирования культуры плохих новостей.

FuckUp Nights – всемирное движение предпринимателей (которое поддерживают некоторые российские организации), возникшее более десяти лет назад для обсуждения неудачных бизнес-проектов. Предприниматели выходят на сцену перед «товарищами по цеху» и рассказывают истории своих провалов.

Многие компании стали внедрять эту практику как внутреннюю – раз в квартал менеджеры собираются с аналогичной целью в офисе (но не в конференц-зале, а в лофте или в баре). Разумеется, поначалу к этому относятся настороженно, но скованность исчезает, когда слово берут топ-менеджеры и главы компаний. Так все они учатся открыто говорить о своих неудачах. В общении с топ-менеджерами я всегда подчеркиваю, насколько это эффективный инструмент для создания продуктивной атмосферы в компании.

3. Нетерпимость к сокрытию проблем. Очень важно докладывать о проблемах и ошибках немедленно, это позволит по возможности быстро исправить их с минимальными потерями. Ответственность за сокрытую ошибку должна быть весьма существенной, в некоторых компаниях за это расторгают контракт.

4. Формирование культуры обратной связи на всех уровнях. Для этого существуют разные инструменты – от регулярных анонимных опросов до прямых линий с руководством. Важно, чтобы и сотрудники, и менеджеры, и руководители были готовы открыто обсуждать проблемы.

02

Атрофия ответственности

*Мы охотно возлагаем вину на других, на общество, на друзей,
только не на себя.*

Андрей Тарковский

Знаете, о чем меня очень часто спрашивают? «Где берут ответственных сотрудников? Почему мои сотрудники не проявляют ответственности?» Мне хочется задать встречный вопрос – а не знаете ли вы, уважаемый коллега, где берут воспитанных детей? Может быть, в каком-то особом роддоме?

К сожалению, руководители зачастую снимают с себя ответственность за своих же сотрудников. Стоит заговорить о предпринимательском духе, о том, что люди достигают высоких результатов только вместе, речь неминуемо заходит об ответственности, точнее, об ее отсутствии. А в одной силовой организации мне рассказали о неформальном лозунге, существующем еще с советских времен: «Если не мы, то не мы».

СИМПТОМЫ

1. Синдром падающего мяча. Когда плохо сыгранная любительская команда выходит на волейбольную площадку, каждый думает, что мяч возьмет другой, – и мяч падает... Игорь Артамонов, губернатор Липецкой области, прошел службу в пограничных войсках. От него я узнал, что самое слабое место на границе – участок на стыке застав. Поэтому эти участки стараются перекрывать, дублируя ответственность, – но все в жизни предусмотреть невозможно.

2. Работа на процесс, а не на результат. «Я все делал правильно, старался, просто не получилось», – говорят люди, уверенные, что их работа заслуживает наилучшей оценки, и не понимающие, что главное мерило успеха – результат.

3. Весьма показательный набор симптомов избегания ответственности сформулирован в книге «Принцип Oz»². Вот что в ней написано о людях и организациях, сознательно или неосознанно избегающих ответственности за результат:

«...они начинают падать духом и терять волю к победе, пока не почувствуют себя беспомощными и бессильными... они пройдут все мыслимые этапы в бесконечном цикле, что помешает их личной и организационной производительности:

они будут игнорировать ответственность или притворяться, что ничего о ней не знают; заявлять, что это не их работа;

избегать выполнения своих обязанностей;

обвинять других в своих трудностях;

ссылаться на неразбериху в качестве предлога для ничегонеделания;

просить других дать им задание;

заявлять, что не могут этого сделать;

придумывать истории о том, почему они не виноваты;

и, наконец, ожидать, что воображаемый волшебник совершит чудо и выполнит их желания».

В точном соответствии с этими формулировками лица, пытающиеся избежать ответственности за результат, обычно говорят что-нибудь из нижеперечисленного:

- Никакой проблемы нет, лично у меня все хорошо!
- Не мы такие – жизнь такая. Так было еще до нас, так было всегда. Мы на это не влияем.
- Я не виноват, лично я все делаю правильно.
- Я знаю, кто виноват!
- Я не знаю, как с этим бороться, дайте инструкцию!
- Это невозможно исправить, я работаю не покладая рук, все бесполезно.

² Коннорс Р., Смит Т., Хикман К. Принцип Oz. Достижение результатов через персональную и организационную ответственность. – М.: Альпина PRO, 2022.

Причины возникновения

1. Процессы развиваются сами по себе. Пока компания маленькая, все прописано основным регламентом или понятно без всякого регламента. Когда компания вырастает, в ней появляется много новых сотрудников и возникает большое количество пограничных зон. У новых понимания всевозможных процессов нет, а полного описания всех регламентов компании не существует, и создать его невозможно.

2. Даже если прописать максимально возможное количество процессов, это никого не сплотит в единую команду. Нельзя заставить людей помогать друг другу, если у них нет внутреннего желания делать это, если они не понимают, зачем нужна командная работа, и каждый хочет отвечать за свой участок. Волейбольный мяч при таком подходе, разумеется, постоянно падает.

3. У сотрудников нет мотивации на общие достижения. Их не награждают за работу в команде и не наказывают за то, что они не работают в команде, и зачем тогда им это делать? Главное – не высовываться. Как известно, многие работают только за вознаграждение.

4. Отсутствие командного навыка разрешения конфликтов и механизма эскалации конфликтов – поэтому никто не понимает, как разрешать конфликты. Между тем конфликты и их разрешение – это часть нормального рабочего процесса, но только когда у людей есть ответственность.

5. Родительская позиция руководителя: «Они же у меня как дети малые». Эрик Берн в книге «Трансакционный анализ в психотерапии»³ обозначает различные состояния любого человека: Взрослый, Родитель и Ребенок. В партнерских отношениях равноправной позицией может быть только «Взрослый – Взрослый». Если руководитель занимает позицию Родителя, то его подчиненный, скорее всего, займет позицию Ребенка. Ребенок не чувствует ответственности и не проявляет инициативы, потому что за него все решает Родитель.

Помните – люди всегда оправдывают наши ожидания. Если вы будете относиться к сотрудникам как к детям, они оправдают ваши ожидания – и правильно сделают.

³ Берн Э. Трансакционный анализ в психотерапии. – М.: Эксмо, 2015.

Возможные последствия

1. Низкая скорость принятия решений. Пока мы будем разбираться, кто отвечает за прием мяча, он упадет.
2. Снижение уровня клиентского сервиса. Сегодняшний клиент привык к хорошему сервису, и, пока сотрудники не могут поделить зону ответственности и решить, кто из них окажет услугу, клиент разворачивается и уходит. Это относится как к внешнему, так и ко внутреннему сервису. Более того – уровень внешнего сервиса не может быть выше уровня внутреннего сервиса, поэтому если сотрудники внутри компании не оказывают друг другу услуги должным образом, то высокого уровня внешнего клиентского сервиса ждать не приходится.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

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

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