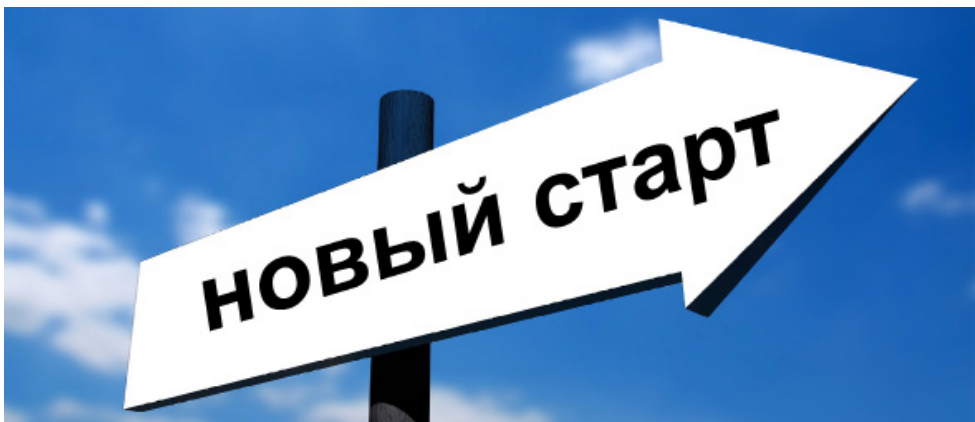


«Благие намерения—это пустые чеки, которые люди выписывают на банк, где у них нет текущего счёта»—Оскар Уайлд



Зачем? Читая рекламный слоган компании Apple сразу понимаешь «зачем» она занимается тем, чем занимается? Затем, чтобы дать людям устройство, «меняющее мир» (В 1997 году на презентации компьютеров нового поколения была произнесена речь, которая послужила предзнаменованием одной из самых влиятельных рекламных кампаний в корпоративной истории: «Чтобы купить наш компьютер, вы... должны думать иначе; люди, покупающие их, действительно мыслят иначе... Эти люди не просто хотят сделать свою работу—они полны решимости изменить мир, и мы создаём инструменты для такого рода людей»). Такое «зачем» есть и у Microsoft, главного конкурента Apple: дать полезный инструмент в руки каждого—их реклам-

ный лозунг гласит: «Ваши способности. Наше вдохновение». Две эти корпорации являются главными соперниками друг другу. И небезосновательно, ведь обе они весьма успешны в выполнении своих целей.

Что вы намерены делать в этом году? Возможно, в ваши планы входит приобретение здоровой привычки. Может быть, вы ставите перед собой финансовые задачи: погасить долг, накопить денег на покупку новой машины... Независимо от целей ваших решений, ответьте себе на главный вопрос: «Зачем?» Потому что, когда вам станет понятно «зачем», тогда у вас появятся силы для достижения успеха, и вы сможете добиться желаемых результатов.

«То, кем ты хочешь стать, зависит от характера твоего решения»—Уолтер Мэтьюз

#### Кратко об авторе статьи:

Пастор Эдуард Фергюссон в настоящее время совершает служение в Северо-Калифорнийской конференции в качестве Помощника Президента. В течение 20 лет он служил пастором и более 10 лет являлся церковным администратором. Он и его супруга, Энн, воспитали двух сыновей-близнецов, Майкла и Джозефа, которые в настоящее время проходят практику как врачи-стажёры в Отделении скорой помощи Медицинского центра при Университете Лома Линда.

**Распространитель:** Отдел управления ресурсами Генеральной Конференции церкви АСД. **Руководитель:** М. Бомфим. **Выпуск подготовлен:** Отделом управления ресурсами Тихоокеанской унионной конференции. **Руководитель:** Г. Боттинг. **Ответственный за выпуск русской версии:** Руководитель Отдела управления ресурсами ЕАД: О. В. Харламов

# Отдел управления ресурсами

№12, 2017

Практические идеи,  
которые помогут вам стать  
лучшим управителем

## СПРОСИТЕ СЕБЯ

Пастор Эдуард Фергюссон

Одна семья из нашей церкви помогала нам при переезде на новую съёмную квартиру. Наблюдая какое-то время за тем, как я пытаюсь отремонтировать текущую под раковиной трубу, маленькая девочка, дочь наших друзей, наконец, неожиданно спросила: «Что ты делаешь?» «А зачем?» После моего ответа её «зачем» и «почему» посыпались один за другим. Видимо, мало её удовлетворяя, мои ответы вызывали у неё лишь поток новых и новых вопросов. Наши дети часто спрашивают нас «зачем» и «почему». Сначала они задают свои вопросы из любопытства, познавая мир: «Почему небо голубое?». Потом, возможно, скорее как протест: «Почему с вечеринки я должна уходить раньше всех?» Время от времени мы сами спрашиваем себя: «Зачем?» Ответ на этот вопрос мы ищем тогда, когда тяжело, когда мы ourselves пытаемся понять причину потери, страдания, смерти и многого другого. В этой статье в силу разных причин я хотел бы предложить вам сосредоточиться на вопросе:

# ЗАЧЕМ?

Управление ресурсами — это образ жизни, который включает в себя наше здоровье, время, таланты, окружающую среду, отношения, духовность и финансы

Начало года—время, когда мы ставим перед собой новые большие цели, решаем для себя задачи большие и малые... вопросы, связанные с финансами: погашение долгов, экономия денег, новая статья семейного бюджета; личные: избавление от плохих привычек, приобретение здоровых... Движимые самыми искренними стремлениями, мы вынашиваем планы, однако по какой-нибудь причине, как правило, не доводим задуманное до конца. Почему?

### ЗОЛОТОЙ КРУГ САЙМОНА СИНЕКА

В своей книге под названием «Начни с «Почему» Саймон Синек описывает правило «Золотого круга». Это—простая схема с тремя кругами. В самом центре этих кругов помещён вопрос: «ЗАЧЕМ/ПОЧЕМУ?». Вокруг этого центрального круга—следующий, с вопросом «КАК?». Внешний и последний—задаёт вопрос «ЧТО?» Точка зрения Саймона Синека проста: всегда начинайте с вопроса «ПОЧЕМУ или ЗАЧЕМ?», тогда вопросы «КАК?» и «ЧТО?» станут на свои места, а может быть, и решаться сами собой.

Его аргумент состоит в том, что часто мы подходим

к делу не с тем вопросом, начинаем не с того, с чего нужно бы собственно начинать.

Идея «Золотого круга» заключается в том, чтобы ответить себе на главный вопрос: зачем это надо? Возьмём, к примеру,

типичное новогоднее решение—похудеть. Мы можем разработать подробный план, который будет включать в себя питание и/или упражнения, может даже мы будем знать ответ на вопрос: «ПОЧЕМУ и ЗАЧЕМ нам это нужно»—потому, что хотим быть здоровыми, чувствовать себя лучше, либо нам хочется влезть в любимую одежду, либо на нас так влияет общественное мнение о том, как собственно мы должны выглядеть, либо, отмечая то, как выглядят на нашем фоне другие, нам самим хочется нравиться себе в зеркале... Однако, достаточно ли весомы все эти наши «ЗАЧЕМ» и «ПОЧЕМУ»? Стоят ли они в конечном итоге всех наших стараний? Важнейшую роль в наших усилиях играет наличие чёткого и внятного ответа на вопрос: «ЗАЧЕМ?».

### «МОРКОВКА»

В той же книге, Саймон Синек говорит нам о неэффективности принципа «кнута и пряника». Несмотря на то, что все мы знаем о том, как недолговечна ценность «кнута» как отрицательного входного сигнала, мы порой сами удивляемся, насколько неэффективными могут быть и «пряники». Угрозы наказания зачастую хватает лишь до тех пор, пока её остро чувствуешь. Однако и награды не эффективны тогда, когда речь идёт о том, что нужно поменять что-то в себе, в своих привычках.

Когда я был ребёнком, прочитал рассказ, который засел у меня в сознании на всю жизнь. Он о человеке, над которым грубо смеялись дети. Это происходило на протяжении какого-то периода времени. Каждый день, когда дети шли из школы домой и проходили мимо дома этого человека, юные грубияны находили повод оскорбить его. Однажды этот человек подозвал детей и сказал: «У меня к вам есть одна просьба. Можете ли вы прийти сюда в следующий

понедельник, чтобы снова назвать меня грубыми словами? Я заплачу каждому из вас по пять долларов». В понедельник все они выкрикнули и, как всегда, громко выкрикивали грубости и гадости. После того, как закончили, он вручил каждому его деньги и спросил: «Сможете ли вы повторить то же в четверг? Только в следующий раз я смогу дать вам не пять, а три доллара». Вторник и среда прошли тихо, без единого слова со стороны детей. В четверг на этого человека снова посыпались оскорбления. После того, как детям были выданы три доллара, мужчина спросил: «Сможете ли вы повторить это в следующий понедельник? Только я смогу заплатить вам лишь один доллар». На это дети ему ответили: «Да ну, это того не стоит». С тех пор они этого человека не трогали.

Наши собственные, внутренние мотиваторы, такие как гордость, вера, удовлетворение от результата—гораздо более мощные стимулы, чем внешние. Они способны мотивировать нас сильнее, чем деньги.

### ЗАЧЕМ?

Настоящего успеха можно достичь лишь имея чёткий ответ на вопрос «ЗАЧЕМ?». Золотой круг Саймона Синека можно представить как карандаш в его срезе. Когда вы наточите карандаш, чтобы воспользоваться им как пишущим предметом, его центр, графитный стержень станет для вас пишущей «точкой». Саймон Синек использует это как иллюстрацию, как пример для демон-

страции нашего средоточия на главном вопросе: «ЗАЧЕМ?».

Сэм Уолтон (бизнесмен, основатель распространённой в США сети магазинов «Wal-Mart» и по версии журнала «Forbes» самый богатый человек Америки в 1985-1988 годах), чётко понимал «зачем и почему», кредо его жизни и бизнесе были следующие принципы: «Если хорошо относиться к людям, люди будут хорошо относиться к вам», «Ничего не может заменить нескольких слов похвалы. Это абсолютно бесплатно—но на самом деле стоит миллионы», «Обращайтесь с сотрудниками, как с партнёрами. В ответ они станут относиться к вам точно также, и вместе вы достигните таких высот, о каких даже и не мечтали». Он чётко понимал это, когда открывал свой первый магазин. Эти принципы легли в основу дела его жизни, стали главными для его коллег и членов его семьи. Поэтому он добился результатов. Одни люди стремились работать в его магазине, другие—мечтали там совершать покупки, и всё потому, что Сэм Уолтон смог предложить простому человеку не только хорошее соотношение цены и качества, но был справедлив и честен по отношению к своим сотрудникам. Даже разбогатев, он никогда не кичился богатством—с лёгкостью мог зайти перекусить в ближайшую закусочную и ездил на обычном стареньком пикапе. После смерти этого человека в делах империи Wal-Mart многое изменилось— в то время, как зарплаты директоров существенно выросли, качество стало хромать, зарплаты уменьшились, моральный дух сотрудников упал, репутация компании сегодня далеко не та, что была раньше.

