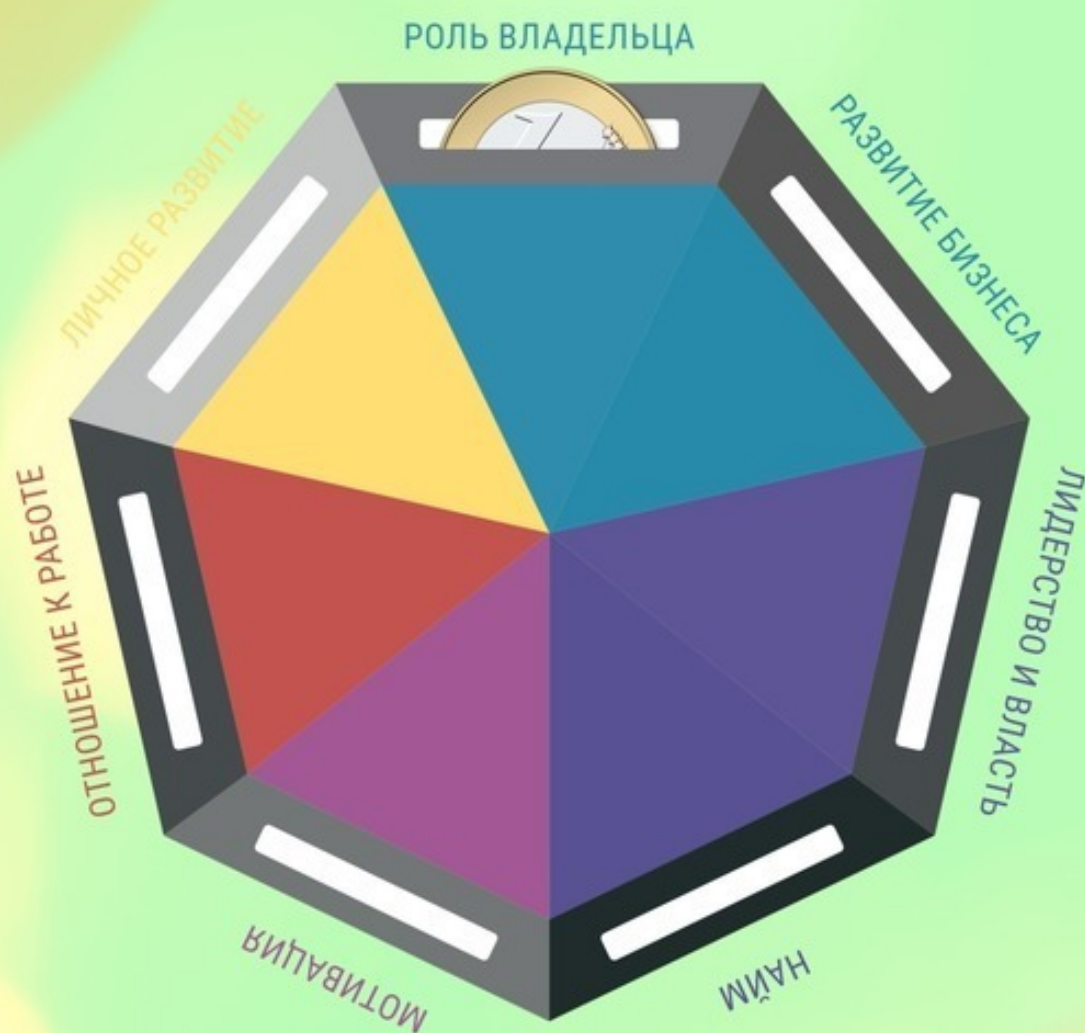


# КОПИЛКА РАЗМЫШЛЕНИЙ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И ВЛАДЕЛЬЦЕВ БИЗНЕСА



Татьяна Аржаева

Татьяна Аржаева

**Копилка размышлений  
для руководителей и  
владельцев бизнеса**

«Издательские решения»

**Аржаева Т.**

Копилка размышлений для руководителей и владельцев бизнеса /  
Т. Аржаева — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-906991-7

Вопросы о роли владельца и развитии бизнеса, лидерстве и власти, найме, отношении к работе и личном развитии. Спор, что важнее — мотивация сотрудников или благодарность? Источники вдохновения. Бизнес как нечто большее. Обо всем этом в книге «Копилка размышлений». Становитесь более мудрыми управленцами!

ISBN 978-5-44-906991-7

© Аржаева Т.  
© Издательские решения

# Содержание

Об авторе	6
О компании	8
1. Роль владельца	9
Нужный – ненужный бизнес... Мысли собственников и их сотрудников	9
Конфликт между создателем бизнеса и управляющим	11
Бизнес-тренер: «А не задвинуть ли нам собственника?»	13
Жена владельца бизнеса: «Берем на работу страшных и тупых!»	15
«Женская тема» в бизнесе – путь к взлету или падение в пропасть? А заодно и про стандарты...	17
Конец ознакомительного фрагмента.	19

# Копилка размышлений для руководителей и владельцев бизнеса

Татьяна Аржаева

© Татьяна Аржаева, 2018

ISBN 978-5-4490-6991-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## АННОТАЦИЯ

Так случилось, что ряд моих клиентов за весьма короткий промежуток времени задали мне один и тот же вопрос-идею: «Нам нравится тебя читать. И ты много пишешь, регулярно. Почему бы тебе не собрать твои статьи в книгу? Наверное, может получится даже не одна?»

Я задумалась... Ведь они правы! Материал есть, и его много. Хватит на 2 книги – для руководителей, владельцев бизнеса и продающих специалистов (менеджеров по продажам, продавцов-консультантов). Осталось дело за малым – отобрать, сгруппировать, отредактировать и, конечно же, дописать, дополнить новыми размышлениями, акцентами и нюансами. А готовый продукт – предоставить вам, дорогие мои клиенты, партнеры, друзья!

Название книги возникло легко, естественно. Я сама руководитель, владелица бизнеса, и у меня тоже возникают вопросы, размышления. Очень удобно, когда ответ, нужная информация находятся под рукой. Не менее удобно, когда тут же, рядом, есть что почитать, перечитать, вдохновиться, зарядиться или задуматься, получить идеи, технологии, алгоритмы. Статьи, ставшие основой для глав книги, написаны были мною в порыве поделиться значимым, интересным, часто болевшим. Они жизненные – из моей многолетней практики, наблюдений, конкретных бизнес-историй и судеб.

Я буду рада, если мои мысли не только вам пригодятся, но и вызовут желание мне написать, озвучить свою точку зрения, по diskutieren!

**P. S.** Данная книга будет полезна и тем, кто мечтает стать руководителем или владельцем бизнеса!

*С пожеланиями процветания и развития*

*Татьяна Аржаева*

Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись на тех или иных видах носителей для частного или публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав – Татьяны Аржаевой.

По вопросу организации доступа к аудиоверсии, электронной версии или печатной версии книги, покупки обращайтесь к владельцу авторских прав – Татьяне Аржаевой по следующему адресу: [tsc2922874@gmail.com](mailto:tsc2922874@gmail.com)

## Об авторе



Татьяна Николаевна Аржаева

### **НЕФОРМАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ДЕЛУ**

*Бизнес-тренер, консультант, писатель,  
основательница компании «ТСК, лаборатория развития» (с 2009 г.)*

### **Личный девиз**

«Чтобы воспитать крылатого ребенка, нужно самому научиться летать...»

### **Отличие**

«Я предлагаю не только знания, но и умение ими пользоваться»

### **Опыт**

Более 15 лет успешного решения задач и достижения целей в области управления, продаж, маркетинга, рекламы и PR, работы с персоналом, преподавательской и консультационной деятельности.

### **Направления** по проведению бизнес-тренингов, консалтинговых проектов

- \* продажи и управление продажами;
- \* маркетинг и продвижение (реклама и PR, стимулирование сбыта), мерчандайзинг;
- \* тайм-менеджмент, менеджмент и бизнес – эффективность, психология управления;
- \* командообразование, лидерство и партнерство;
- \* искусство презентации и харизма;
- \* мышление – креативное, позитивное, системное и прочие виды;
- \* личная эффективность и управление изменениями.

### **Из отзывов участников программ и курсов, консалтинговых проектов**

- \* яркий, позитивный стиль подачи материала;
- \* спокойная ненавязчивая модерация дискуссий;
- \* масса примеров, кейсов, фишек;
- \* умение соединять, интегрировать несоединимое;
- \* дар замечать таланты и способности;
- \* рентгеновское видение стереотипов мышления и умение работать с ними;
- \* содержательность, системность, основательность и глубина;

\* ..... (откройте что-то для себя).

**Подробная информация здесь**

ТСК, лаборатория развития; о нас; Татьяна Аржаева <http://ts-consulting.ru/about/arj/>

## О компании



Сидя под палящим солнцем, мальчик наблюдал, как молодой человек сосредоточенно откалывал куски от большой скальной глыбы.

– Почему ты делаешь это?

– Потому что внутри спрятан ангел, и он хочет выйти наружу, –

ответил Микеланджело.

Работа нашей компании в чем-то похожа. Мы видим замечательных менеджеров, потрясающих людей, отличные компании, великолепные продукты и услуги.



И... помогаем им «выйти наружу». В этом наше предназначение.



## 1. Роль владельца

### Нужный – ненужный бизнес... Мысли собственников и их сотрудников

1. Повезло. Бизнес прилетел или аист его принес. Подфартило. В наследство достался. В общем, как-то он прибыл. Здорово? Очень! Да вот только одна беда – работать надо.

2. Мечта. Как хорошо живет бизнесменам... Машины, квартиры, дачи не по советским стандартам, а получше... Хочется, очень. А можно все это, и желательно без хлеба – то есть не работать? Они же... типа это... не работают...

3. Сладкая лапша на уши. Бывает просто лапша, а бывает со вкусом. Как бы сделать так, чтоб работал бизнес, а не ты? Как бы выйти замуж / жениться, и чтоб тебе за это ничего не было, и ты бы ничего не делала / не делал?

4. Достало. Да сколько ж можно? Работать, работать... Можно не работать владельцу бизнеса? Конечно, если он считает, что можно жить, не живя.

В последнее время я порой сталкиваюсь с нежеланием собственников бизнеса (чаще мелкого, среднего, но и в крупном нередко встречается) им заниматься, вникать в него, работать в нем, управлять им. Они так и говорят словами или делами: «Не хочу! Не хочу им заниматься!»

А с деньгами от него готовы расстаться? Тоже: «Не хочу!»

А с властью расстаться? «Не хотелось бы».

А с возможностями? «Нежелательно».

Противоречие... однако.

Как это выглядит, когда идет речь о важных для собственника вещах?

– Сидят, уткнувшись в телефон. Инстаграм, конечно же, приносит денег больше, чем бизнес!

– Да понятно все это. А если понятно, тогда отчего понятных действий нет? Отчего результат такой, как будто непонятно?

– Задаются вопросом: «Почему моим сотрудникам ничего не надо»? Так если самим этот бизнес не нужен, то им-то он на кой сдался?

– Вставляют палки в колеса инициативным сотрудникам или партнерам. Зачем пытаются развить то, что не нужно? Зачем мешают мне жить «спокойно»?

– Бесконечно ищут волшебную палочку – чтоб сразу от всех болезней... В общем, чтоб корова много давала молока и кормить ее при этом было не нужно.

– Передают обязанности партнерам или сотрудникам, но соответствующих полномочий и при этом вознаграждения не передают.

И многое другое.

Представьте, что вы посадили капризный цветок, который реагирует на малейшие изменения внешней среды. Ну, как посадили... просто воткнули. И забыли. Не обращаете на него внимание. Зачахнет ведь. Погибнет. Но не жалко...

Не жалко своих усилий, которые были вложены, чтоб воткнуть или действительно посадить. Не жалко той красоты, которая могла бы быть, если б все же вырос. Не жалко своих прошлых усилий по уходу за ним. Не жалко своей мечты.

Что будет с домом, если за ним не ухаживать? Что будет с машиной, если о ней не заботиться? Что будет с любимым человеком, если не проявлять любовь по отношению к нему в конкретных делах?

Сотрудники... А что сотрудники? Они будут относиться к бизнесу так, как относятся к нему владельцы. Они как дети. Все копируют за родителями.

Но разве так будет относиться Хозяин? Хозяйка? К своему делу? Или, может, по-другому? Заботливо? Бережно? С любовью? С вниманием? С радостью? Осознанием ценности и важности? С готовностью делать? С пониманием, что это – МОЕ? А значит, есть права и ответственность, а не только права...

К сожалению, одной из причин проблем в бизнесе является то, что он просто не нужен, а потому нет желания уделять ему внимание. Казалось бы – не нужен... Можно продать! Взять в долю того, кому он будет нужен, и не мешать ему! Закрывать в конце концов можно. Но нет, не получается. Продать сложно – кому бизнес, «нехозяйственной рукой» сделанный, нужен? Проще новый начать, чем гордиев узел разгрести, потому что разрубить вряд ли получится. В долю взять – это ж надо поиском партнера (делом то бишь) заняться... и такого найти, чтоб довериться ему можно было. Закрывать – а порой и закрывают. Наконец-то. А порой все-таки жалко. И мучается в итоге бизнес и все сотрудники в нем, как больная лошадь, которую лечить жалко и пристрелить жалко, и идти она не может, не говоря уже про резво скакать.

Хотя есть еще один вариант – бизнес-консультанта позвать. А что? Пусть займется... Это, конечно, хорошо, что к лошади ветеринара позвали. Да толку от него, если лекарство делать, и пить не будем... Посмотрел консультант на бизнес-лошадь. Дал рецепт... Взгрустнул, потому что понял – бизнес-лошадь еще долго при таком хозяине так мучиться будет. Может, даже позаботился о ней немного. И дальше пошел. А владелец лошади побежал искать очередного консультанта (их-то бегать, искать не трудно, благо, что они еще и сами иногда прибегают) – вдруг найдется тот, кто своим взглядом острым посмотрит, и лошадь сразу, от одного только взгляда, здоровой станет и, главное, навсегда, независимо от способа эксплуатации.

К чему это я? Не нужен бизнес?

Продай, закрой, найди партнера и поделись.

Нужен? Наконец займись.

## Конфликт между создателем бизнеса и управляющим

Я порой слышу такую точку зрения, совет: «Создали бизнес, наймите генерального – управляющего, а сами отойдите от дел, займитесь другим делом, открывайте новые бизнесы». Очень любят это рекомендовать в среде инфобизнеса. Действительно, это весьма часто оправдано. Особенно если для владельца бизнес – это только бизнес, очередной проект. А если нет? Когда это не оправдано?

Тогда, когда создатель или продолжатель бизнеса является автором и носителем идеи бизнеса, его вдохновителем, его батареей, его двигателем, его душой, его сердцем. Тогда, когда для него бизнес является чем-то большим. Да, он может быть не очень эффективным управленцем, и с этим, конечно, нужно работать. Но не тем, чтоб рекомендовать / побуждать ему уйти от дел. А тем, чтоб подстраховывать его соответствующими специалистами и почаще задумываться над тем, что им и как двигает.

Опыт многих компаний показывает, что вместе с уходом такого владельца от дел или из бизнеса уходит драйв, уходит рост, уходит прорыв, уходит то, что делало этот бизнес очень ценным и в том числе дорогим. Можно по-разному относиться к Евгению Чичваркину, но «Евросеть» без него уже не та. Где эпатаж, дерзость, вызов, яркость? Где акции, как внутри компании, так и для клиентов, которые будоражат ума и сердца? Подражателей – много, генератор – один. Да, времена изменились, клиенты, сотрудники. Но, как правило, идейные владельцы бизнеса в большинстве своем прекрасно адаптируются к изменившимся условиям. Так же как и компания «Apple» после «отстранения» Стива Джобса просела, а после его смерти стоит перед задачей удержать наработанное и двигаться дальше. Это яркие примеры, но не единственные. Продолжите сами...

Некоторое время назад в среде менеджмента прошумел фильм «Стажер». Там несколько сюжетных линий. Одна из них как раз посвящена «отстранению» владельца. Совет директоров / совет инвесторов рекомендовал нанять генерального менеджера. Это отражение распространенного подхода. Можно подумать, что это продиктовано заботой о бизнесе и своих вложениях. Но на самом деле такого владельца сложно контролировать, им сложно управлять. Особенно когда у него есть первые и весомые успехи! Он часто идет против правил, нарушает законы и технологии. Это опасно, рискованно, сложно предсказуемо. Управлять им сложно! Но он выигрывает. И он уже вывел бизнес на этап развития. Но чем дальше, тем больше. Ему сложно указывать, он укажет сам. В фильме дан отличный ответный совет, как поступать в этом случае.

Бизнес – это не только технология, алгоритм, хотя иногда этого действительно достаточно, чтоб построить успешную компанию, и не одну. Яркой, легендарной компанию делает ее создатель или тот, кто может занять эту роль. Он же приносит в компанию не только зарабатывание на удовлетворении потребностей клиентов, но и то, что меняет их, как и самих людей, а может быть, даже и мир, то, что обеспечивает развитие компании на годы вперед. Было бы хорошо в таких владельцах в первую очередь замечать это. Великими компании делают не технологии, а их идейные создатели, их вдохновленные владельцы, в руках которых технологии становятся первоклассными помощниками или создаются новые.

Иногда, как я уже отметила, «отстранение» владельца оправдывают тем, что как управленец он так себе. С чьей точки зрения? Тех, кто не смог такое придумать? Начать воплощать и получать результаты? Эти «специалисты» его назвали неэффективным? Стоит ли к ним тогда прислушиваться? Или это оценка идет с подачи тех, кто может быть только в роли инвестора? Тех, кто видит перспективные проекты, ниши, но не всегда, возможно, понимает, благодаря кому они появляются и осваиваются. Стоит ли их рекомендации принимать за догму? Тех, кто

поверил в начале пути, а получив первые весомые результаты, перестал верить и беспокоился о своих деньгах и контроле... Разве стоят их рекомендации в этом случае хоть сколько-нибудь?

Поразмышляйте дальше сами...

**P. S.**

Это не однозначный призыв к действию, а одна из граней, на которую хотела обратить внимание, тема «на подумать».

## Бизнес-тренер: «А не задвинуть ли нам собственника?»

Недавно, будучи на одном из мероприятий для бизнес-тренеров, бизнес-консультантов, я услышала в кулуарных беседах и групповых обсуждениях любопытную рекомендацию: «Так надо задвинуть собственника». Вроде бы в ней ничего такого нет. На первый взгляд. Однако она весьма часто встречается.

Формулировка звучала именно как «задвинуть», а «не двинуть». Что она означает? Убрать собственника, директора, исключить его из работы, так как он мешает, гнет свою линию партии, делает, как он считает нужным, а не как надо, делает по-своему, а не по правилам, с ним сложно работать и находить общий язык, да и вообще он ничего не понимает.

Слушая это, мне стало как-то не по себе. Я ведь тоже собственник. Получается, что я – тот самый человек, которого нужно задвинуть... Хотя бы потому, что порой я делаю по-своему и так, как я считаю нужным...

И после очередной такой фразы я озадачилась: «А в чем, собственно, дело? На каком таком основании кто-то пытается „задвинуть“ собственника? Особенно учитывая, что этим же собственником и приглашен... И / или из его кармана этому кому-то оплачивается...»

Итак, действительно собственник часто мешает. Так, как оказалось, думают некоторые (к счастью, не все) бизнес-тренеры и консультанты. Чем мешает? Вмешивается в процесс, задает вопросы, требует внимания, копается в документах, просит дополнительных встреч, наблюдает за каждой мелочью и ее же контролирует и т. д. Но что за этим скрывается на самом деле? Именно с ответом на этот вопрос и нужно работать.

Да, бывает, когда владелец бизнеса гнет свою «линию партии». На то он и владелец. Это его бизнес, его деньги, его идея и его риски! Было бы странно, если бы он гнул чью-то другую линию, другой партии. И да, весьма часто он делает именно так, как считает нужным, по-своему. Если он готов отвечать за последствия, почему нет? Предупредили, и все. А может быть, стоит познакомиться с видением владельца? Может, если в нем разобраться, оно окажется и не таким уж плохим? Может быть, в нем все-таки есть здоровое зерно, которое стоит не выбрасывать, а посеять и ухаживать за ним? Ведь в конце концов именно он – собственник и именно он сейчас платит. Он. А не ему... Это у него бизнес, который работает не первый год. Может быть, стоит попробовать реализовывать его идею в его бизнесе, а не свою в его бизнесе и за его деньги?

Может быть, поэтому с собственником сложно работать и находить общий язык? Не хочется разбираться в том, как работает его мозг? Понимать, что он понимает? А ведь собственники много чего понимают в этой жизни и в ведении бизнеса. Конечно, владельцы и директора бизнеса не идеальны. Они тоже люди, со своими слабостями. Более того, когда они обращаются за консалтинговыми и тренерскими, другими услугами, они фактически это признают. И это нормально – видеть свои зоны роста и не пытаться все делать самому. И все же... и все же...

Кто такой собственник / директор бизнеса? Его родоначальник или продолжатель. Его вдохновитель. Его идеолог. Его самый главный ресурс. Его мозг и сердце. Его – индивидуальность! Неповторимость, уникальность и пр. Задача тренера и / или консультанта не создать кучу клоновых компаний, бизнесов «под копирку». Для этого владельцу можно книжку про-

читать. Собственник – тот человек, который однажды вышел за рамки, за модели и сценарии, за «правила» и за «правильно», в которых живет большинство людей. Конечно, с ним будет неудобно, если мы его будем туда обратно впихивать, навязывать ему то, что он когда-то перерос... Будет выпирать, течь из всех щелей, и когда-нибудь навязанная система рванет. Ведь он тот, кто создает новые сценарии и правила, о которых потом слагают бизнес-легенды и пишут книжки. Это не значит, что ему не нужна система, правила, технологии. Потому и обратился. Нужны! Очень нужны! Но не стоит его при этом «задвигать». Хорошо понимать, что они нужны по-особенному. Не его под костюмчик нужно подгонять или шить костюмчик, который будет на вешалке в лучшем случае болтаться, а костюмчик по нему шить нужно.

Наверное, в этом-то и загвоздка... Чтоб костюмчик сидел, нужно оценить габариты, размеры, точнее – масштаб личности владельца, широту его видения, размах полета, извилистость мысли (ведь не всегда короткий путь самый прямой, рациональный и системный) и пр. А вот с этим иногда проблема. Как и посмотреть на мир и бизнес глазами клиента-бизнесмена. Лично я сама со своими возможными подрядчиками за последнюю неделю с этим столкнулась дважды.

## **Жена владельца бизнеса: «Берем на работу страшных и тупых!»**

Возможно, вы думаете, что за этим подходом скрывается какой-то особый подход к найму персонала?

Вы правы и не правы одновременно. Особый подход точно есть, правда, к эффективности бизнеса он не имеет никакого отношения.

### ***История реальная и недавняя.***

*Компания Х испытывает весьма серьезные трудности в продажах. План отдел продаж и маркетинга выполняет на 10—15%, в особо лучших случаях (подвезло) – на 20. При том, что размер самого плана составляет процентов 30 от средних цифр на рынке. В производственной части – бардак. Понятно, что делается в финансовой. Конечно, у сотрудников масса отмазок и оправданий!*

Что думает владелец бизнеса? Кризис в стране, однако...

Что думают сотрудники? Надо поискать оправдание и продолжать дальше заниматься своими делами и зарабатывать на левых схемах.

Что думает консультант? Болото...

Что думает владелец? Уволить их жалко...

Что думают сотрудники? Нас никто не уволит...

Что думает консультант? Гнать бы их всех в шею...

Что думает владелец? Ладно, давайте найдем еще одного – нового... Вдруг повезет.

Что думают сотрудники? Найдут нам под статью, а не под статью – выживем.

Что думает консультант? А кто же их здесь всех собрал?

А собрал их всех отдел кадров. А в отделе кадров – сидит жена владельца. В прямом смысле – сидит. И набирает иногда людей. Принцип – простой. Если сотрудник – женщина, то должна быть страшная, в возрасте и тупая. Страшная, чтоб муж не ушел. Тупая – чтоб муж не ушел или бизнес не увела. В итоге – бизнес уводить точно смысла нет. Бизнеса-то нет... А муж... А что муж? Надо будет – найдет, сильно надо будет – уйдет. Если он кобель или любовь прошла, то набирай страшных, не набирай страшных, итог все равно один – гуляет, только бизнес при этом рушится. И ради чего тогда с ним жить? К чему эти великомученические страдания? Ведь можно силы вложить во что-то или кого-то другое... Проблемы надо решать по адресу. А если сил не хватает, тогда не стоит их решать. Если есть страх, что муж уйдет, то надо разбираться в отношениях, а не сотрудников тупых и страшных брать. Если есть страх, что ж делать-то после того, как муж уйдет, так надо собой заняться. А если есть страх, что умные сотрудники будут слишком, так настала пора самой поумнеть... И при чем тут сотрудники? А при том, что в итоге получается сама не гам и другому не дам. Вот такая метапрограмма. Вот так и живет бизнес... Повезет – живет, не повезет – еле-еле живет. К мужчинам у нее требований поменьше – достаточно, чтобы просто был тупой.

Думаете, это единственный случай? Увы... Не единственный. Каждый из читающих хотя бы раз с таким сталкивался. А уж сколько раз с этим сталкиваются консультанты и тренеры...

А что же муж? Ах, это любимая схема – пристроить жену и детей в бизнес, чтоб им проще жилось. Какой ценой? Зачем? Разве для этого бизнес создан? Ведь в итоге-то не будет этой простой жизни. Не из чего, так бизнес не показывает и даже четверти возможного результата! Не можешь спросить с жены или детей как с сотрудника (неважно, какого они уровня) или как с делового партнера, зачем они тебе здесь? Решай проблемы по адресу. Бизнес для бизнеса, отношения для отношений. Хочет работать – пусть идет наемным менеджером в другую компанию. Там быстро поставят мозги на место, а не поставят – дома будет сидеть. Что тоже вариант. Хочет быть партнером? Способности есть? Тогда вопросов и не возникает. Бизнес – прет. И в таких вариантах я только за! Жена – на своем месте! А если способностей нет? А статуса хочется? Статус дай, и пусть дома сидит. Или статус дай, а полномочий не давай. Пусть занимается, к чему способности есть, – сидит. Но дома.

Что в итоге думает муж – владелец бизнеса? Кризис, однако... Что думают тупые и страшные сотрудники? Надо поискать оправдание и продолжать дальше заниматься своими делами и зарабатывать на левых схемах. И ведь мозгов им для этого хватает!

Что думает с мозгами консультант? Болото... Объясняет ситуацию первому и уходит... Почему? А потому что если бы хотели что-то изменить в этой схеме – движняк был бы. Были бы хотя бы попытки. А так... А что так? А так всех устраивает все. И к консультанту обращаются по принципу «можно у нас все будет, но для этого мы ничего менять не будем». В каком случае может остаться консультант? При условии полномочий как у самого главного владельца и за определенный процент в доле. Иначе смысла нет из этого болота делать оазис.

**P. S.**

Жена – спокойна.

Муж – просвещен о кризисе в мире.

Сотрудники – вовремя придумывает отмазки.

А бизнес – погибается.

## **«Женская тема» в бизнесе – путь к взлету или падение в пропасть? А заодно и про стандарты...**

Про женский вопрос, в том числе и в бизнесе, многие пишут, говорят и рассуждают. Я в том числе. У меня есть даже две книги на эту тему. О чем бы мне хотелось сказать и почему именно такой заголовок я выбрала...

«Женский вопрос» насчитывает не один год и даже не одно столетие... Поэтому изучать его только в разрезе текущего времени – бессмысленно по меньшей мере. Нужно видеть причинно-следственные связи. А для этого нам в помощь:

- пространственно-временное мышление – умение мыслить о явлениях не днями, а веками, тысячелетиями;
- широта мышления – умение мыслить разными культурами и не только;
- системность мышления – умение видеть взаимосвязи;
- а также глубина мышления – «женский вопрос» гораздо больше роли женщины в семье, так как он всегда был связан так или иначе и с ее ролью в социальной, экономической, политической жизни общества и пр.

Поэтому хоть мы и поговорим о том, что происходит в этом направлении сейчас – последние лет 10—12 примерно, – опираться я (пусть и неявно) буду на вышеперечисленное. Последние годы активно развивается и набирает обороты «женское течение» – женщина вспоминает о том, что она женщина. После 70 лет крестьянки, работницы, гражданки, труженицы, товарщи наши российские женщины «вспоминают» о том, что они все-таки женщины. Только происходит это порой уродливо. Голодный человек не думает о красоте еды и вкушенья, порой даже не разбираясь что он вообще ест, а просто пытается для начала наесться.

Что же это за «женское течение» в большинстве случаев? В котором многие бизнес-леди активно участвуют, но весьма скромно упоминают... Часто очередное навязывание женщине стандартов, которым она опять должна соответствовать. Например, настоящая женщина брюки не носит, как будто юбки или платья в один миг делают женщину женщиной... А как же быть тогда гордым шотландцам? Или мужчинам многих других народов, чьи одеяния очень напоминают юбки или платья... Конечно, внешнее определяет или отражает внутреннее. А если отражать пока нечего? Да и как-то не особо определяется? Стоит вспомнить и о том, что внутреннее освещает внешнее. И если внешнего нет, то внутреннее... есть... Поэтому женщина в брюках порой выглядит гораздо женственнее, чем женщина в платье. Вывод: стандарты – это не про внутреннее... со всеми вытекающими...

А вот еще один хитрый вопрос... что же такое стандарты? Нормы, правила или рамки, границы, ограничения? И еще один хитрый вопрос... разве можно безграничное поместить в границы? Разве можно человека со всем его потенциалом (и не важно, о ком мы говорим – о мужчинах или женщинах – о человеках) поместить в границы? Это – утопия! Из древнего мифа про кровать, которая удлиняла коротких и укорачивала длинных, мы помним, что единственное, к чему это приводит, – так это к увечьям! Если вам «повезло» и вы родились стандартным, стандартной – то, возможно, вам будет удобно на этой кровати. До поры до времени, пока не придумают новые стандарты – они ведь, если приглядеться, меняются, и быстро. Готовы ли вы тогда посвятить свою жизнь бесконечной погоне за соответствием стандартам? А если вам не повезло и вы не стандартны? Ну не любите вы носить платья... или сидеть за пирогами и вышивать крестиком? Или греметь кастрюльками на кухне? Вам бы в поля? Вам бы бизнес делать? Корпорациями управлять... научные задачи решать. Вам бы на эстраде блистать... Картины писать... В космос летать... Так нет... стандарты... Например, женское место у печи, чтобы печь калачи. А чуть что не так – так на костер ее. Или вам бы красотой вдохновлять... соблазнять плавностью и изяществом линий тела... очаровывать сексуально-

стью... умиротворенно с детьми возиться... Да только вот незадача – нет в стране мужчин и женщин, секса и любви, да и с детьми больше 2 месяцев не посидишь... Время не то, страна не та. Так-то... и появляются «женские эмоциональные качели», неадекватные проявления, метания и душераздирающий ее и окружение поиск истины, жесткие депрессии и пр. Потому что мечется женщина между стандартами и своей самостью. От стандартов отказаться сложно, страшно – заключают, и свои же (еще больше будут стараться ради одобрения и признания), и другие (потому что выгоды есть). То есть одобрения, признания, а порой просто спокойной жизни, прочих благ от правильного с чьей-то точки зрения поведения, возможно, и не получить. Но и от себя отказаться тяжело – потому что тяжелей всего мы переживаем не предательство нас другими, а наше собственное – когда сами себя предаем, наступая на горло собственной песне.

Стандарты, конечно, нужны. Удивила? Они делают нашу жизнь понятной, простой (не надо думать), прогнозируемой, управляемой, автоматизированной, ведут и к результату в том числе. В бизнесе мы часто их используем. Или, например, после войны (ВОВ) когда сидеть дома да красотой блистать? Государство восстанавливать надо, а мужских рук при этом мало... Какие стандарты были применены к женщинам? Какой она должна была быть тогда? Очень наглядны скульптуры, картины, фотографии 19 и 20 веков в сравнении. Вот так, кстати, порой (один из способов) равноправие женщин (для тех, кто негативно относится к феминизму, – откройте сначала словарь и посмотрите суть понятия, а не то, во что его превращают) проникает в общество в обмен на их труд. Но... если с ними (со стандартами то бишь) вышел переборчик, то тогда они ранят и причиняют боль, подавляют «я», сущность и самореализацию. Вывод: стандарты должны быть уместны и учитывать... разнообразие.

Итого в отношении женщин, в том числе и в бизнесе, этих стандартов... Масса. И часто они весьма противоречивы! Например,

- сидит дома – «клуша», делает карьеру – «стерва»,
- нет детей – «забыла свое предназначение», три и более – «на фиго рождает?»,
- скромно одевается – «синий чулок», ярко – «выпендривается», «чтоб мужика увести», со вкусом и по-женски одета – «бизнес – партнеры не то предложат», одета без вкуса – «бизнес – партнеры подумают: «Баба... еще. Одеться нормально и то не может!»,
- слабая, за себя постоять не может – «дура, чего терпишь?», сильная и может постоять за себя – «дура опять же, кому ты сильная нужна»,
- глупая – «идиотка», «о чем с ней говорить? только...», умная – «что-то слишком умная», «с ней каши не сваришь...»

## **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.