

Марк Розин

как
СПАСТИ
или
ПОГУБИТЬ
КОМПАНИЮ

за один день

Технологии
глубинной фасилитации
для бизнеса



бизнес

Марк Розин

**Как спасти или погубить
компанию за один день.
Технологии глубинной
фасилитации для бизнеса**

«Альпина Диджитал»

2018

Розин М.

Как спасти или погубить компанию за один день. Технологии глубинной фасилитации для бизнеса / М. Розин — «Альпина Диджитал», 2018

ISBN 978-5-9614-1664-0

Сложные ситуации возникают в компаниях и в моменты кризиса, и в периоды роста. Руководителям и сотрудникам не всегда удастся найти общий язык и прийти к консенсусу. В этот момент на помощь приходят фасилитаторы – люди, которые помогают наладить диалог в компании. Благодаря фасилитаторам участники дискуссии наконец слышат друг друга и приходят к конструктивному решению. Марк Розин – фасилитатор с 20 летним опытом работы. Он уверен, что фасилитатор может быть не просто посредником в разговоре между руководством и менеджментом. Фасилитатор становится психологом компании: помогает обнаружить скрытые конфликты между департаментами, мешающие развитию компании, и помогает найти приемлемые решения. Из книги вы узнаете о тонкостях работы фасилитаторов разных уровней. Она будет полезна практикующим фасилитаторам, руководителям компаний и всем тем, кто еще только задумывается заняться фасилитацией.

ISBN 978-5-9614-1664-0

© Розин М., 2018

© Альпина Диджитал, 2018

Содержание

Введение	8
Глава 1	9
Глава 2	12
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Марк Розин
Как спасти или погубить компанию
за один день. Технологии глубинной
фасилитации для бизнеса

Марк Розин

как
СПАСТИ
или
ПОГУБИТЬ
компанию
за один день

Технологии
глубинной фасилитации
для бизнеса

Редактор *В. Подобед*
Главный редактор *С. Турко*
Руководитель проекта *М. Шалунова*
Корректоры *Е. Аксёнова, О. Улантимова*
Компьютерная верстка *М. Поташкин*
Художественное оформление и макет *Ю. Буга*

© Розин М., 2018

© ООО «Альпина Паблишер», 2018

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.

* * *

Введение

Этот текст начинался как небольшая заметка о нескольких ступенях в мастерстве фасилитатора. Но по мере того, как я его писал, захотелось рассказать истории: без «охотничьих рассказов» выходило слишком сухо. И тут я осознал, что высшая ступень фасилитации служит инструментом развития организации – и я стал обсуждать законы этого развития. В результате получилась небольшая книга, которую вы, уважаемый читатель, держите сейчас в руках. Кому она адресована? Думаю, и профессиональным фасилитаторам, и лидерам бизнеса. Первые смогут сравнить свои наработки с моими, а вторым книга позволит взглянуть на развитие организации через своеобразную призму – глазами глубинного фасилитатора.

Слово «фасилитация» происходит от английского *facilitate* – «облегчать», которое очень точно отражает суть процесса: первая задача фасилитатора – облегчить диалог, дискуссию, помочь сделать ее конструктивной. Однако можно пойти дальше и осознать, что фасилитация способна также «облегчать» процесс организационных и командных изменений, а наиболее глубокую фасилитацию можно сравнить с родовспоможением – облегчением (и ускорением) родов новой организации.

Запрос на фасилитацию в России неуклонно растет и слабо связан с экономической конъюнктурой: когда экономика на подъеме, нужно помогать топ-команде обсуждать, как воспользоваться окном возможностей и преодолеть кризис роста; когда экономика на спаде, начинаются поиски новых направлений бизнеса; когда ситуация устойчива, возникают смысловые вопросы: какова наша миссия, кто мы, какой компанией хотим быть?

За два последних десятилетия мне довелось фасилитировать немало дискуссий. Это были и стратегические сессии в узком кругу, и большие конференции. В некоторых случаях мне удавалось помочь команде – и сессия (или конференция) становилась серьезной вехой трансформационного процесса. Случалось и так, что фасилитация оставалась лишь эпизодом в насыщенной жизни организации. Сотрудничая с компаниями на длинных дистанциях, я наблюдал полные циклы жизни бизнеса: трансформация приносила плоды, затем откатывалась назад, а после приходила свежая команда, чтобы запустить изменения заново. А поскольку потребность в фасилитации часто возникает в самые критические моменты, я имел возможность из своей скромной консультационной и фасилитационной позиции видеть рассвет, закат и новый рассвет некоторых известных российских компаний.

Недавно я побывал на семинаре гуру фасилитации Майкла Уилкинсона. Семинар мне очень понравился: Майкл обаятельный, харизматичный человек, а его подход весьма методичен и структурирован. И вместе с тем я увидел, что многое делаю по-другому. Скажу больше: то, что делаю я, как мне кажется, отличается от подхода Уилкинсона по своей сути. Размышляя об этом, я понял, что есть несколько слоев – или ступеней – фасилитации. Майкл рассказывает об одной из них – с моей точки зрения, базовой. Но есть и другие, к которым я пришел далеко не сразу. Спасибо, Майкл: ты помог мне отразить то, что я делаю.

Если свести различия между этими ступенями к одной содержательной формуле, получится вот что: есть фасилитация, нацеленная на помощь команде в обсуждении конкретных тем, а есть фасилитация, призванная запустить организационные изменения. Преимущественно о такой фасилитации (выше я уже назвал ее глубинной) я и буду рассказывать дальше. Все истории, которые я приведу, являются подлинными – кроме явно оговоренных случаев. При этом я по понятным причинам не буду называть компании и имена людей и изменю некоторые несущественные, но узнаваемые детали. Так что, друзья, если вы себя узнали – не волнуйтесь: вероятно, это не ваша история, а просто на нее похожая.

Глава 1

Цели: когда возникает потребность в фасилитации?

В традиционной авторитарной и патриархальной культуре фасилитация не нужна. Главное, что делает руководитель в культуре принадлежности и культуре силы, – раздает задания и выслушивает отчеты об их выполнении¹. Для этого хорошо подходит формат оперативки: подчиненные по очереди отчитываются и получают новые задания. Такой же сценарий годится и для годовых собраний, на которых обсуждается среднесрочный или долгосрочный горизонт: сначала руководители отчитываются о сделанном за год, а затем первый руководитель выступает с программной речью, в которой рассказывает о задачах на будущее. Большинство из нас присутствовали на таких мероприятиях и хорошо понимают, как они проходят. Когда доклады и презентации содержательны, такие встречи могут быть вполне полезными, хотя пассивный характер участия большинства (максимум дозволенного – задать вопросы) навеивает сон, с которым особенно трудно бороться после обеда. Некоторые участники развлекаются, задавая каверзные вопросы выступающим и, по сути, превращая мероприятие в скрытый батл (скрытый потому, что все уколы и оскорбления упакованы в форму вопросов). Тогда все присутствующие просыпаются, а культура силы со свойственной ей конкуренцией торжествует.

Патриархальная (она же авторитарная) модель управления может содержать элементы дискуссии. Мудрый руководитель из культуры силы будет выслушивать мнения своих подчиненных по сложным вопросам, где требуется глубокая разнообразная экспертиза и решение неочевидно. Типичный сценарий такого совещания выглядит следующим образом: руководитель ставит вопрос, предлагает участникам высказаться, слушает, после чего либо сразу принимает решение, либо ставит задачи по более глубокому анализу. Аналогичный сценарий используется и при решении конфликта: руководитель выслушивает обе стороны, а затем выносит суждение, выступая в роли арбитра. Такой формат уже включает в себя элементы фасилитации: руководитель должен *задавать вопросы, слушать* и, более того, *поощрять дискуссию* («А у кого иное мнение? Иван Иванович, вы что-то отмалчиваетесь... Что вы думаете по этому вопросу?»). Пока идет дискуссия, руководителю следует сохранять нейтралитет, искусно скрывая свое мнение, поскольку только в этом случае он сможет услышать разные точки зрения (культура силы не предполагает высказываний, противоречащих мнению руководителя). Его собственная позиция должна прозвучать в самом конце, после чего дальнейшая дискуссия становится неуместной.

Модель такого совещания блистательно показана в знаменитом фильме Акиро Куросавы «Тень воина». Дело происходит в средневековой Японии. Император созывает совет для обсуждения стратегии военных действий. Все по очереди высказываются, кланяются. Император сохраняет полную бесстрастность – никто не может догадаться по его лицу, какая точка зрения ему импонирует. Военачальники спорят. В конце император изрекает решение, все склоняют головы, а император выходит.

Аналогичные правила принятия решений можно найти, например, в брошюре для морпехов США (цитирую по книге Тома Демарко и соавторов «Балдеющие от адреналина и зомбированные шаблонами»): «Пока командир не принял и не объявил своего решения, долг подчиненных – предлагать свое честное профессиональное мнение, даже если оно противоречит мнению

¹ О корпоративных культурах и законах их развития читайте в моей статье «Путешествие по спирали 2.0»; http://www.ecopsy.ru/wp-content/uploads/2018/04/Spiralnaya_dinamika_2.0.pdf. – Здесь и далее прим. авт.

старшего по званию. Как только решение принято, младшие по званию должны поддерживать его, как если бы оно было их собственным»².

Модель управления в патриархальной культуре строится на двух важнейших убеждениях всех участников:

- Руководитель лучше, чем подчиненные, принимает решение, поэтому участие подчиненных в обсуждении решения либо не требуется, либо является ограниченным.
- Согласие подчиненных с решением и мотивированность сотрудников не являются важными – подчиненные будут хорошо выполнять решение в силу своей лояльности. А значит, опять же, включать их в дискуссию необязательно.

Управление обсуждением в такой культуре – не очень сложный процесс, который не требует отделения роли фасилитатора от роли руководителя.

Всерьез задачи фасилитации возникают по мере развития культуры правил, успеха и согласия. В этот момент внутренние убеждения сотрудников меняются:

- Руководитель обладает полномочиями принять решение, но не знает, каким оно должно быть (по крайней мере знает не лучше, чем подчиненные). А значит, дискуссия полезна и повышает качество решения.

Подчиненные хорошо претворяют решения в жизнь в той мере, в какой согласны с ними и мотивированы их выполнять. Значит, желательно сделать сотрудников соавторами – а для этого опять нужна дискуссия.

Отсюда вытекают две ключевые задачи фасилитации:

- Повысить качество принимаемых решений, обсудив их в группе.
- Повысить вовлеченность и мотивированность членов команды, сделав их соавторами решения.

² Демарко Т., Листер Т. и др. Балдеющие от адреналина и зомбированные шаблонами. Паттерны поведения проектных команд. – СПб.: Символ-Плюс, 2010.



Рис. 1. Развитие культуры организации согласно модели «Спиральная динамика» и роль фасилитации

Руководитель в этот момент должен стать одним из участников разговора, который априори понимает в теме не больше, чем его подчиненные. Да, у него больше полномочий, но его мнение не ближе к истине, чем мнения других участников дискуссии. А поскольку перед нами уже культура успеха или согласия, то не только подчиненные могут высказывать точку зрения, отличную от позиции руководителя, но и руководитель волен говорить то, что думает, не боясь спровоцировать молчание. Вот только управлять обсуждением в этом случае руководителю становится сложно: возникает «раздвоение» роли. Тут-то на сцену и выходит фасилитатор – как отдельный, независимый человек, которому поручается организовать такую дискуссию, в которой все, включая руководителя, будут участвовать на равных.

Помочь выработать решение и сделать так, чтобы люди его приняли, – исторически первая задача фасилитации. Однако со временем от фасилитации начинают ждать большего: сессии воспринимаются уже как инструмент изменения команды или даже организации в целом. Например, руководитель, ставя фасилитатору задачу, может сказать: «Наши люди уверены, что главное – это объемные показатели, а такие темы, как безопасность, качество, эффективность, они даже не воспринимают. Нужно провести такую сессию, чтобы люди задумались. Нужно поменять менталитет наших руководителей». Эта задача уже существенно сложнее выработки правильного решения, и решить ее гораздо труднее. И – да, умелый фасилитатор способен с такой задачей справиться.

Глава 2

Барьеры: почему без фасилитации не обойтись?

Итак, базовая цель фасилитации – организовать конструктивную дискуссию, нацеленную на выработку решений или даже на развитие организации. Теперь давайте зададимся вопросом о том, что мешает группе совместно конструктивно обсуждать сложные вопросы и договариваться по ним. Вот люди собрались вместе, чтобы обсудить животрепещущие темы и принять важные решения. Раз им нужны для этого специальные методики и особый человек – значит, само собой это почему-то не получается... Почему?

Начнем с базовых барьеров – **барьеров первого уровня**:

1. **Люди плохо выражают свои мысли и плохо слышат.** Под словом «плохо» прежде всего имеется в виду «непонятно». Одни не могут четко и лаконично сформулировать то, что хотят сказать, а другие плохо понимают даже то, что ясно сформулировано.

2. **Люди подменяют содержательную аргументацию эмоциями**, в том числе эмоциональными атаками («наездами») друг на друга, что ослепляет их и лишает возможности принять даже те аргументы, с которыми они согласны по сути. Как только темы становятся эмоционально значимыми, люди теряют способность к рациональной дискуссии.

3. **Право говорить узурпируют самые активные или высокостатусные люди**, а тихие, которым на самом деле есть что сказать, молчат.

4. **Реальная цель («внутренняя повестка») участников сильно расходится с заявленной.** Например, кто-то из участников хочет не договориться о совместном решении, а дискредитировать другого участника.

Из-за всех этих барьеров группа не может выдержать намеченную линию разговора и перепрыгивает с темы на тему, ни одну не обсудив до конца.

В итоге (если указанные барьеры сработали) группа не способна что-либо последовательно обсудить, не может принять никаких общих решений, люди уходят в негатив, раздражаются, ссорятся и расходятся с неприятным осадком (впрочем, бывает, что и с приятным: «Хорошая вышла драка!» – многое зависит от характера и реальной повестки участников).

Посмотрим на барьеры первого уровня на конкретном (хотя и условном) примере. Представим себе, что группа обсуждает выход со своей продукцией на рынок Европы.

Кейс «Международная стратегия»

Константин. Я считаю, что пора идти на рынок Европы.

Константин выразил свою мысль исключительно ясно, и у его коллеги Ивана, как мы сейчас увидим, не возникло проблем с пониманием.

Иван. Какой европейский рынок? Где мы – и где Европа?! Вы хоть знаете, что делают конкуренты в нашем секторе на Западе? Давайте сначала хотя бы ISO 9000 внедрим, а потом будем мечтать о Европе...

А вот мысль Ивана выражена очень плохо. На первый взгляд кажется, что он пытается сменить тему разговора и вместо обсуждения международной стратегии пролоббировать свою любимую ISO 9000. Возможно, это отчасти так. Однако Иван высказывается и по сути обсуждения: он приводит аргументы против выхода в Европу – вот только эти аргументы, как сейчас будет видно, никто не услышит.

Константин. ISO 9000 нам нужен как телеге пятое колесо. Это просто бессмысленная гора бумаги. Один раз мы ISO уже внедряли – чем закончилось?.. Получили сплошную бюрократию!

Разговор ушел от темы выхода в Европу – Константин среагировал на эмоциональный посыл Ивана.

Петр. Да, точно: мы небольшая компания – а бюрократия, как в госкорпорации. У нас ни один предприниматель не выживет. Возьмите Сашу – он уже полгода тыкается с новым продуктом, а мы гоняем его по комитетам...

Вот Петр однозначно хочет увести разговор в сторону – видимо, продвигает свою любимую предпринимательскую идею, которая опять же не имеет никакого отношения к теме дискуссии.

Иван. Новый продукт?! Не смешите мои тапочки. Мне все уши прожужжали про гениального Сашу, но за полгода я так и не увидел никакого вразумительного предложения.

Похоже, у Ивана тоже есть своя повестка: ему почему-то важно зарубить любую новую идею, будь то Европа или новый продукт, и пока ему это удастся.

В дальнейшем разговор может на время вернуться к международной стратегии, опять соскочить с нее, перейти в бурный спор по поводу ISO или продолжить перетекать от вопроса к вопросу – но ни по одной из тем не только не будет принято решение, но даже не появится стройный набор аргументов.

Одних лишь этих барьеров уже достаточно, чтобы безнадежно потопить разговор. Но представим себе, что барьеры первого уровня все же преодолены: участникам удалось (с помощью фасилитатора или без его участия) удержать дискуссию в рациональном русле, понятно сформулировать свои мысли и сделать несколько ощутимых шагов к решению. Значит ли это, что трудности позади и дальнейшее – дело техники? Отнюдь не всегда, потому что на сцену выходят **барьеры второго уровня.**

5. Участникам не хватает схем анализа.

Вспомню еще один фильм из моих любимых: «Признание в любви». 1930-е годы, комиссар агитирует крестьян вступать в колхоз: «Как же ты не вступил в колхоз?! – говорит он. – Ведь это же *кол-хо-о-оз!*» На письме трудно непосредственно передать интонацию, на которой держится сцена: это абсолютное благоговение. Выведенная из себя крестьянка хватается комиссара за волосы и бьет его головой об стол, а тот, продолжая блаженно улыбаться, говорит: «Ну, ты чего дерешься? Ты аргументы приведи!» – и продолжает агитацию, ограничиваясь тезисом, что «колхоз – это же *кол-хо-о-оз!*».

Именно так зачастую проходят нефасилитируемые дискуссии: участники пытаются убедить друг друга громкостью голоса и категоричностью суждений – мол, «иначе никак невозможно!!!». Бывает, что какая-то схема анализа (например, модель пяти сил Портера) все же предлагается – но, во-первых, она не всегда подходит к задаче, во-вторых, не все с ней согласны, а главное, группа легко запутывается при попытке ее применить, в том числе из-за ее высокой сложности.

В диалоге, приведенном выше, дрейф в сторону от заявленной темы может быть вызван среди прочего отсутствием понятной схемы анализа, которая позволила бы принять решение о том, стоит ли идти на тот или иной (скажем, европейский) рынок.

Есть и еще более глубокие барьеры – **барьеры третьего уровня.**

6. Разговор запрограммирован двигаться по одному и тому же сценарию. Каждый коллектив со временем нарабатывает определенные сценарии обсуждения, которые повто-

ряются из раза в раз с одним и тем же результатом. Если дискуссия встала на рельсы такого сценария, итог будет предсказуемым, банальным и непродуктивным.

Сценарий может быть очень простым – например, вариант, который можно назвать «конформистский»: лидер группы (формальный или неформальный) высказывает свое мнение, после чего никто уже не решается ему возражать.



Рис. 2. Барьеры, мешающие группе договориться

Бывают и более сложные сценарии – например, сценарий «Безнадежный бунт»: есть группа людей, которая всегда предлагает что-то революционное, причем в довольно утрированной форме, но все к этому уже привыкли и понимают, что мнение бунтарей поддержано не будет. У самих бунтарей здесь есть понятная психологическая выгода: они получают возможность остаться непризнанными гениями и критиковать все происходящее.

В диалоге, представленном выше, есть косвенные признаки, которые наводят на мысль, что Константин уже многократно предлагал выходить на международный рынок и это уже было много раз отвергнуто. Поэтому никто не верит, что идея будет принята, и очередной разговор про международную стратегию используется для продвижения своих тем: Иван продвигает ISO 9000 (при этом, судя по его тону, он заранее готов к тому, что проект не состоится, и просто хочет забить еще один колышек «я вам говорил»), а Петру нужно в очередной раз оправдать то, что у его протее Саши ничего не получилось.

За сценарностью разговора кроется самый глубокий и универсальный барьер на пути и к выработке решений, и к изменениям.

7. Команда и организация в целом стремятся к гомеостазу – любая система, как правило, поддерживает статус-кво и, будучи выведенной из равновесия, стремится в него вернуться. Именно поэтому дискуссии об изменениях так часто заканчиваются ничем (как сказал классик: «Они сидели день и ночь и снова день и все время решали только один вопрос – как свое убыточное хозяйство превратить в прибыльное, ничего в оном не меняя»).

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.