



Урок 2. Ценности

2021

Что это

Ценности — это набор сущностей, умножение которых в окружающем мире воспринимается человеком как благо безотносительно удовлетворения каких-либо интересов в рамках пирамиды потребностей.

Деление мира на Хорошо и Плохо.

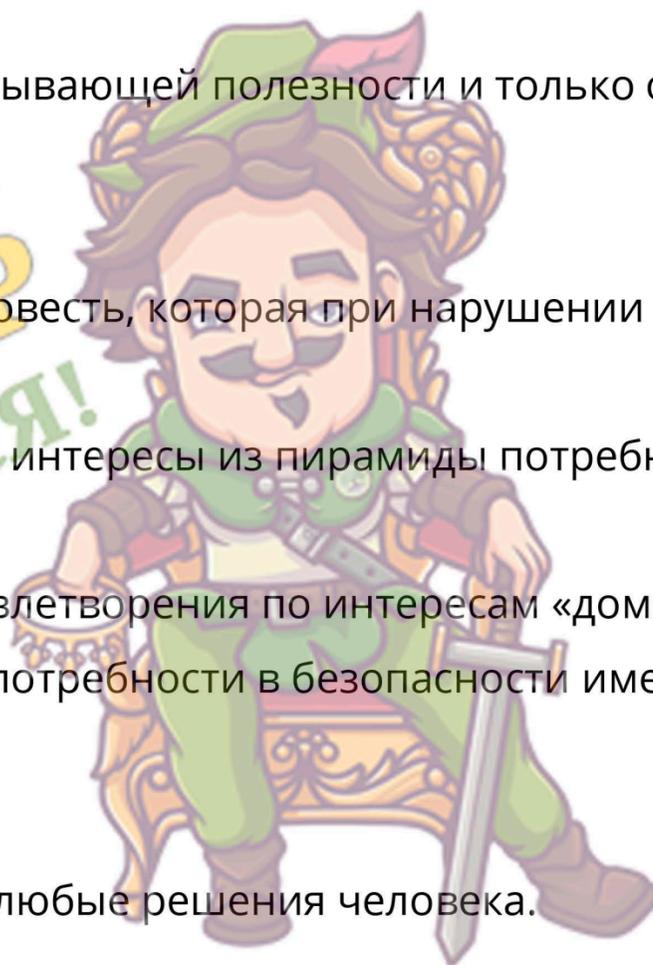
Ценности не подвержены закону предельной убывающей полезности и только они могут быть для человека значимее Базовых потребностей.

За следованием ценностям следит программа Совесть, которая при нарушении ценностей вызывает стресс.

В качестве ценности при этом могут в том числе интересы из пирамиды потребностей.

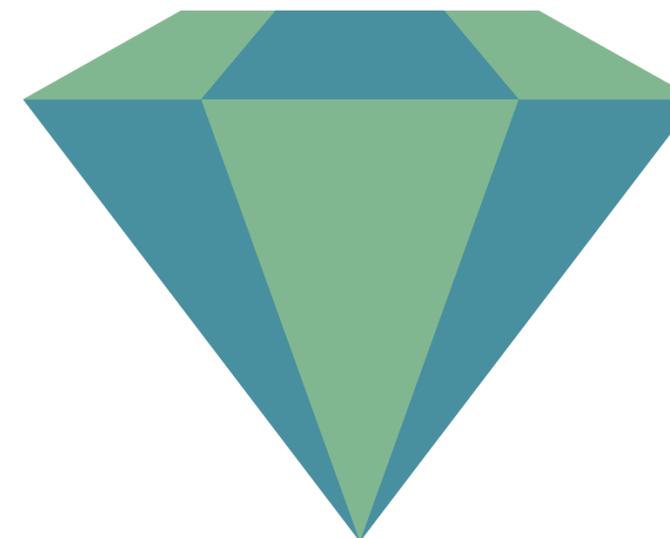
Деньги как эквивалент ресурса и источника удовлетворения по интересам «дом», «обучение детей» и т.д. или как самостоятельный интерес в рамках, например, потребности в безопасности имеют ограниченное влияние на решения, касающиеся данных интересов.

Деньги как ценность сама по себе будет влиять любые решения человека.



Зачем нужны ценности

1. Ограничивают в выборе инструмента действия (когда инструмент приводит к снижению кол-ва ценности)
2. Влияют на формирование интересов в рамках потребностей (с целью умножения ценности или хотя бы не снижения)
3. Влияют на формирование ожиданий в рамках интересов (с целью умножения ценности или хотя бы не снижения)



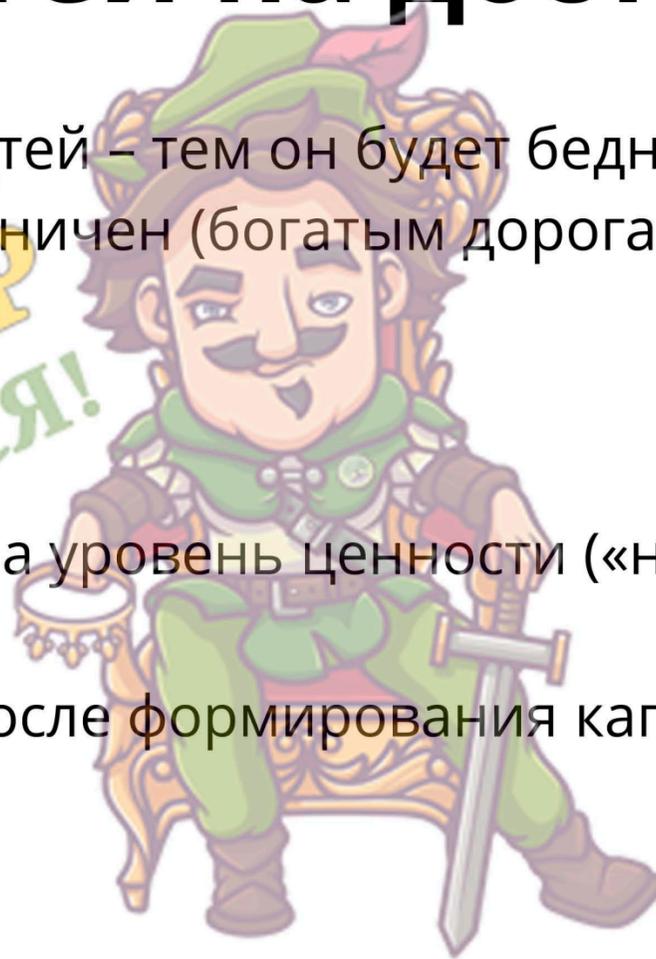
Влияние ценностей на достижение целей



1. Чем больше у человека ценностей – тем он будет беднее, т.к. его инструментарий будет ограничен (богатым дорога в рай заказана)

Как обходят:

1. Поднимают интерес «деньги» на уровень ценности («на все смотрят сквозь деньги»)
2. Расширяют набор ценностей после формирования капитала: «был плохим, стал хорошим»



Значимые в бизнесе ценности



1. Справедливость
2. Верность
3. Честность
4. Ответственность
5. Свобода



Их наличие обуславливает формирование устойчивой команды партнеров и сотрудников и долгосрочных отношений с клиентом.



Определение наличия ключевых ценностей у себя и у других.

Справедливость

Справедливость – это сравнение человеком на основе опыта (своего и информации об опыте других) и ценностей затрат (действий и решений) и последствий (результата). В результате оценки подразумевается равенство в различных социумах соотношения затрат (действий и решений) и последствий (результатов).

Оценка справедливости происходящих событий – базовая функция присущая мышлению.

Реакция на полученную оценку формируется как на уровне потребностей (в отношении бенефициаров), так и на уровне ценностей (люди с «обостренным чувством справедливости») – сама по себе.

Справедливость как ценность у руководителей (на фоне навыков по объяснению решений) приводит формированию крепких долгосрочных команд, т.к. «несправедливость» руководства по отношению себе в восприятии сотрудников является ключевым фактором текучки в коллективах.

Наличие справедливости в шкале ценностей у человека можно определить, задав вопрос, *сколько раз в жизни он решал конфликты других людей и каким образом?* Люди с обостренным чувством справедливости будут долго и много об этом рассказывать.



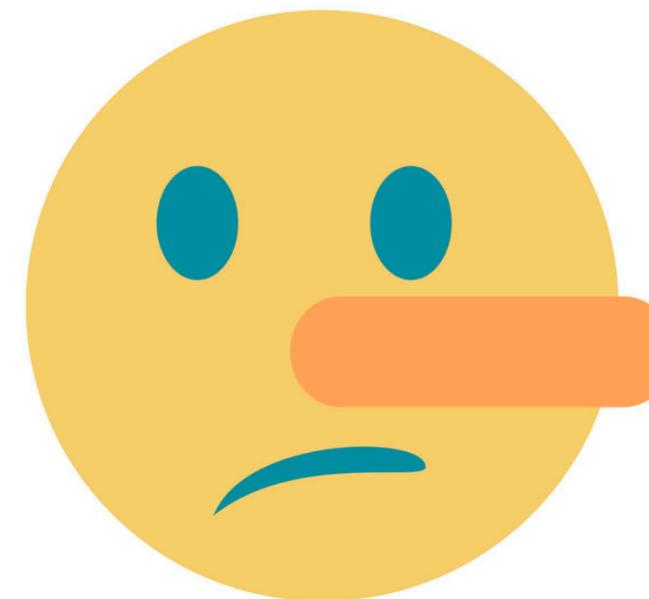
Определение наличия ключевых ценностей у себя и у других.

Честность

Честность у сотрудников – ключевое качество. Картину мира вы получаете обычно через них.

Правду человек всегда готов рассказать во всех деталях. Врать в деталях невозможно. Когда человек уходит от ответа или пытается ответить общими словами – он очень вероятно лжет.

На этом основана простая техника, применяемая на собеседовании. Например, спрашиваем: «Были ли у вас значимые достижения на последних местах работы? Расскажите о вашем самом большом успехе на последнем (их) местах работы». Честный будет говорить об этом с увлечением в деталях, равно как и отвечать на уточняющие вопросы. Лжец припишет себе успехи чужих и расскажет о них как о своих в общих чертах и избегая деталей. От подробностей будет уходить.





Определение наличия ключевых ценностей у себя и у других

Верность (надёжность)

Обычно определяется по количеству отношений, семей у человека и ротации (сменяемости) состава друзей.

Играет роль только в партнерских отношениях. Показывает, насколько легко человек откажется от отношений с пользой локальной выгоды.





Определение наличия ключевых ценностей у себя и у других

Ответственность

Реалистичная оценка вероятности наступления негативных сайд-эффектов не для себя в результате принимаемых решений и действий и готовность собственными действиями закрывать эти негативные эффекты.

Занижение вероятности отрицательного результата или отсутствие способностей его анализа приводит к тому, что человек называется «пофигистом» или «безответственным». При этом обычно сам человек к ним готов, но окружающие – нет.

Как пример – сформировали ожидание у кого-то от своих действий с высоким риском без трезвой оценки риска. Для вас риск приемлем – для партнера – нет.

Ответственность важна для ключевых сотрудников и руководителей. У предпринимателя – для командообразования. Излишнее чувство ответственности СИЛЬНО ограничивает развитие.

Свойственна азиатским странам.

Легко определить в ценностях по наличию подушки безопасности (капитал в защитных инструментах: кэш, недвижимость, депозиты, инвестиционного уровня облигации) у семьи. Норма – в размере от полугодового расхода семьи до 3х летнего расхода.



Определение наличия ключевых ценностей у себя и у других

Свобода

Отсутствие predetermined сторонними субъектами безусловных негативных последствий на действия (решения) человека.

Степень свободы – количество таких последствий.

Наличие в ценностях – готовность человеком отстаивать свободу других. Наличие у себя и человека легко понять по отношению к авторитарным государствам (режимам).

У предпринимателя свобода – одна из базовых ценностей. Нежелание работать «на дядю» обусловлено именно наличием ценности свободы.

Ограничение свободы в среде сотрудников приводит к стабилизации бизнеса, но отсутствию развития и более быстрому выгоранию сотрудников (мотивация «надо»).



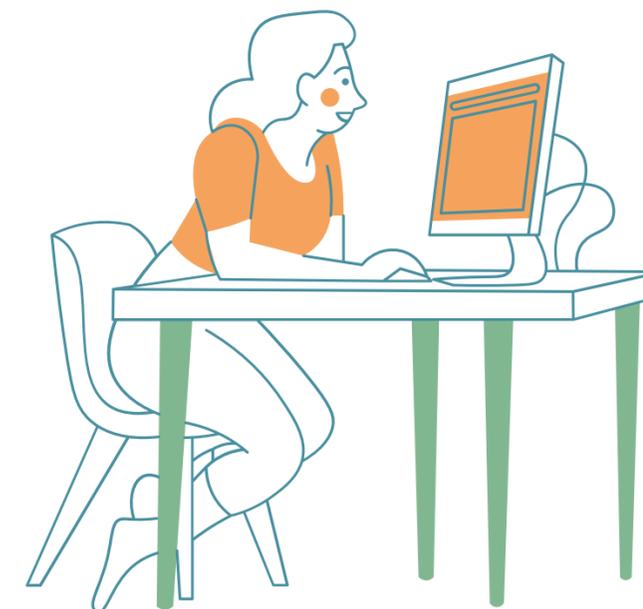
Конформизм, принципиальность, беспринципность

Конформизм – низкий приоритет ценностей относительно интересов (потребностей). Следует отличать от адаптивности (свойства быстрой смены нормы в отношении внешних процессов).

Например: Пришел COVID, закрыли все на карантин – выходим в онлайн и не грустим – это адаптивность.

Например: производим продукт, который приводит к уменьшению свободы других (обслуживаем пропаганду авторитарного режима), уменьшению здоровья (наркотики, алкоголь) или благосостояния других (производим игровые автоматы) – это конформизм (беспринципность в абсолюте). Аналогично, конкурент покупает одного из партнеров за «много денег» (верность) и т.д.

Конформистам (ценности с низким приоритетом) и беспринципным людям (нет ценностей) легко зарабатывать, но общество с соответствующим набором ценностей обычно их считает плохими людьми. Если же общество само не исповедует нарушаемые ценности – это не будет считаться плохим.





Спасибо за внимание!