# Ой-өріс диапазоны және масштабтау

# Бизнесті масштабтау

Әрбір бизнесмен ерте ме, кеш пе, бизнесін кеңейту/масштабтау туралы сұрақты өзіне қояды.

Әркім «масштабтау» ұғымын өзінше қабылдайды.

Масштабтау тек кәсіпқойлар командасын құру және көбірек пайда алу үшін ұсынылатын өнімдер желісін кеңейту ғана емес.

**Масштабтау** дегеніміз:

* **айқын мақсаттар**
* **жүзеге асыру үшін қолайлы жағдайлар/шарттар**
* **дұрыс көрсеткіштер/метрикалар**
* **негізгі әдістер**

Әдетте, бизнесті масштабтау сұрақтарын бір кәсіпті/бизнесті азды-көпті игерген, пайда таба бастаған жіне бизнесін орнықтырысы келетін немесе енді олар өз ісін және табысын ұлғайтуқысы келетін адамдар қояды.

Бұл кезеңде кәсіпкер әдетте өз қызметін, бөлімшелерін кеңейте бастайды, қол астындағы жұмысшыларының санын көбейтеді және осылайша кіріс пен пайданы көбейтемін деп ойлайды. Бірақ көбінесе ол тек қосымша шығындарды, жұмыс жүктемесін және жаңа белгісіз мәселелер мен тәуекелдерді ғана алады.

Бизнесті дұрыс масштабтау үшін белгілі бір принциптер мен ережелерді сақтау қажет. **Масштабтау принциптері мен ережелері:**

* Сіз масштабтаудағы **мақсаттарыңызды** анық қоюыңыз керек.
* Қандай **шарттарда** масштабтау мүмкін болатынын нақты түсінуіңіз керек.
* Сіз дұрыс масштабтау **көрсеткіштерін/метрикаларын** нақты түсінуіңіз және анықтауыңыз керек.
* Масштабтау **әдістерін** түсіну және дұрыс қабылдау.

Дұрыс және тиімді масштабтау үшін сізге білу қажет техникалық білімнің тұтас қабаты бар.

Бұл модуль «mindset» сұрақтарын немесе масштабтауға қалай дұрыс бет алу және масштабталуда қалай дұрыс ойлауға болатынын ұсынады.

Мен басқа мастер-класста беретін екінші модуль масштабтау туралы техникалық білімдерді, техникалық ережелерді және принциптерін қамтиды.

Бүгінгі сабақтың тақырыбы – **масштаб және ой-өріс диапазоны** (масштаб и диапазон мышления).

Неліктен бұл тақырып соншалықты маңызды және өзекті? Шындығында, бұл жастардың масштабталуға тырысқанда ойлайтыны. Көптеген адамдар, масштабтау үшін ең алдымен өз ой-өрісін (мышление) өзгерту қажет екенін және ой-өрістің (мышление) олардың бизнесінің масштабының ұлғаюымен және жаңа мүмкіндіктердің пайда болуымен қандай да бір түрде байланысты екенін санадан тыс, жанама түрде түсінеді.

Роберт Кийосаки айтқандай: «**Егер сен өз шындығыңды/өміріңді өзгерткің келсе, ойыңды өзгерт**». (Если вы хотите изменить свою реальность, Измените своё мышление)

Адамның ой-өрісі (мышление) компьютерлік бағдарламаға ұқсайтынын өзім бұрыннан байқадым. Әр адамның өзінің операциялық жүйесі бар. Біреуде iOS, біреуде Windows, біреуде Android және т.б. Сонымен қатар әртүрлі қолданбалар (приложения) бар. Негізгі операциялық жүйеде қателер болса, қолданбаларда да қателер болады. Сондықтан мен негізгі операциялық жүйемен жұмыс істеуге көбірек уақыт жұмсаймын немесе мен оны «mindset» деп атаймын. **«Mindset»** - бұл ой-өріс салты, ішкі параметрлер. (образ мышления, внутренние установки.)

Ендеше бүгінгі сабағымыздың тақырыбы сіздің mindset-іңіз, яғни қызмет көрсету бизнесін қалай масштабтауға болады немесе жауапкершілікті қалай беруге болады секілді жеке қолданбалар туралы емес, сіздің негізгі операциялық жүйеңіз, ой-өрісіңіз туралы болмақ.

Бұл модульде біз ой-өріс масштабы дегеніміз не, түсінік (восприятие) дегеніміз не, диапазон дегеніміз не, оны қалай кеңейтуге болады, сонымен қатар оның не екенін анық көрсететін үш мысалды қарастырамыз. Ең бастысы, бұл модульде мен сізге өмір эликсирінің формуласын беремін. Сіз онымен нені суғарсаңызда бәрі өсіп, өніп шыға келеді.

# Бизнес масштабы ≠ ой-өріс масштабы

Бұл сабақтың мақсаты - жаңа мүмкіндіктерді қалай ашуға болатынын, бизнесіңізді қалай кеңейтуге болатынын және егер сіз жалдамалы қызметкер болсаңыз, мансап бойынша қалай көтерілуге болатыны туралы нақты түсінік және әрекет ететін, ықпалды құралдар беру.

Сонымен қатар, мен егер бизнесіңізді кеңейтудің қажеті жоқ болса және сізде бар нәрсеге риза болсаңыз, өміріңізді қиындатудың қажеті жоқ екенін сізге түсіндіргім келеді. Неге екенін кейінірек түсіндіремін.

Осы сабақтың басында мен сіздің бизнесіңіздің масштабы сіздің ой-өрісіңіздің масштабына тең деген мифті жойғым келеді. Бұл, әрине, жақсы естіледі, бірақ бұл шындыққа ешқандай қатысы жоқ миф.

Ой-өріс масштабы- бұл сіздің ой-өрісіңіздің ауқымы, өлшемі немесе сіз қандай категориялар/санаттар арқылы ойлайтыныңыз. Біреулер жүздеп, біреулер мыңдап, біреулер миллиондап ойлайды. Біреулер бір күнмен, ал біреулер бір аптамен ойлайды. Кейбір адамдар жалпы көріністі көріп, мәселені бір үлкен іспен шешсе, енді біреулер мәселенің егжей-тегжейін талқылап, кішкентай түзетулер енгізеді.

Шынайы өмірде байқағаныңыздай, **ауқымды ойлайтын, жалпы көріністі көріп, мәселені бір үлкен іспен шешетін адамдар әрқашан үлкен жетістікке жете бермейді**. Адам үлкен санатта ойлайды, оның бизнесі де соған сәйкес болуы керек және табысы/жетістігі да сондай болуы керек сияқты көрінеді. Жоқ, бұл шындықтан алыс.

Дәл осы жерден көптеген бизнесмендер құйтырқылық көре бастайды. Ой-өріс масштабы сіздің бизнесіңіздің масштабына тең болса, өмірде неге олай емес? Неліктен үлкен категорияларда ойлайтын адамдар көбіне үлкен жетістікке жете алмайды? Өйткені бастапқы мәлімдеме қате болды.

Әрі қарай жүрейік, осылайша біз сіздің бизнесіңіздің көлемі мен ой-өрісіңіздің ауқымы арасындағы тікелей байланыс туралы мифті жоққа шығардық. Бірақ бұл шын мәнінде қалай және ой-өріс сіздің бизнесіңіздің көлемінің өсуіне, жаңа мүмкіндіктеріңіздің пайда болуына және проблемаларыңызды шешуге қалай әсер етеді?

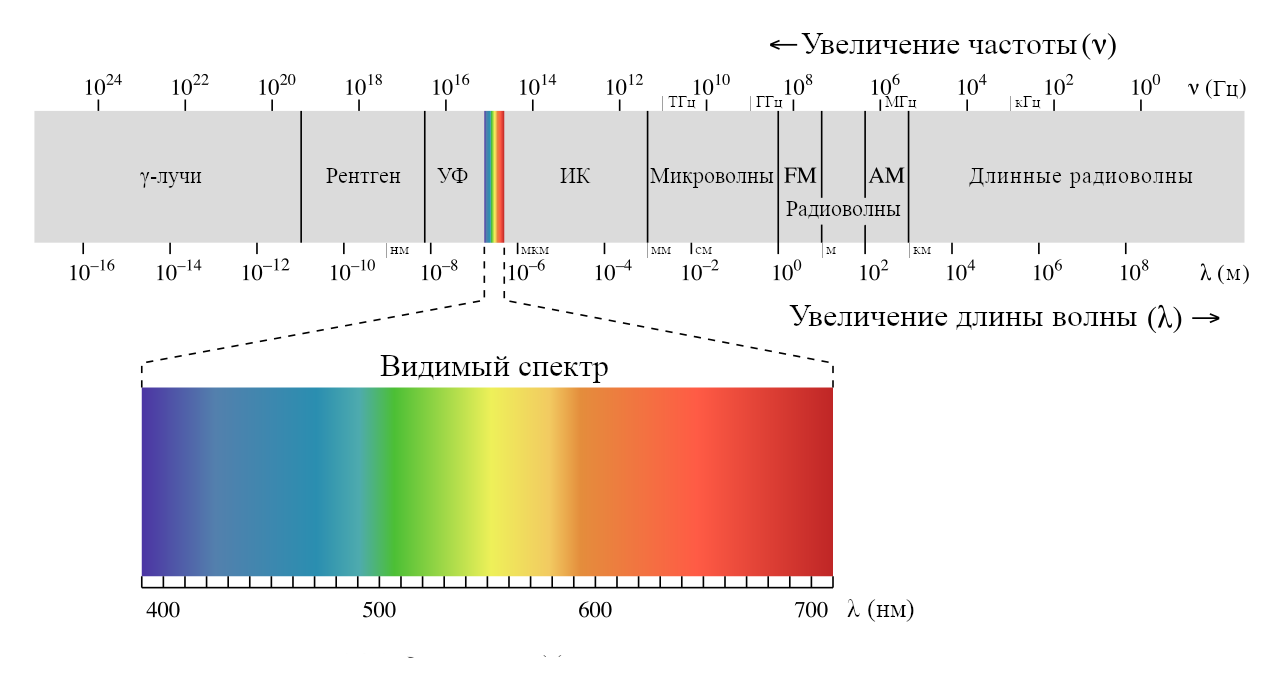
# Айналадағы дүниені қабылдау/түсіну (восприятие) диапазоны

Біздің әлем біз көрген, естіген және сезетіннен әлдеқайда үлкен және ауқымды.

Адам белгілі бір спектр мен белгілі бір диапазонды ғана қабылдай/түсіне алады.

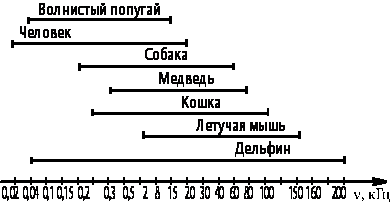
Мысалға көруді алайық. Көру - адам көзімен қабылданатын толқындық сәулеленудің бөлігі.

Толқындық сәулеленудің көптеген түрлері бар. Олардың барлығы адам көзіне көріне бермейді. Төмендегі суреттен көріп отырғанымыздай, гамма-сәулелері, рентген сәулелері, ультракүлгін сәулелер, содан кейін ғана адам көзімен көрінетін спектрдің кішкене бөлігі, содан кейін қайта біз көре алмайтын инфрақызыл сәулелер, микротолқындар, FM, радиотолқындар, AM және ұзын толқындар.



Осылайша, әлем біздің көзіміз көретіннен/қабылдайтыннан қарағанда әлдеқайда үлкен. Біздің көзіміз бұл әлемнен толқындық сәулеленудің кішкене бөлігін ғана қабылдай алады. Адам барлық ақпараттың 80% көру арқылы алатынын білесіз бе? Енді сіз білетін барлық ақпараттың 80% қамтамасыз ететін көз әлемнің аз ғана бөлігін көре алатынын елестетіп көріңіз.

Енді есту қабілетін алайық. Төмендегі суреттен көріп отырғанымыздай, адам есту мүшесінің көмегімен бәрібір әлемнің тек кішкене бөлігін қабылдайды.



Енді соқыр адамды алайық, оның бүкіл қабылдай алатын әлемі оның таяқшасының ұзындығымен шектелген. Соқыр адам таяқпен диаметрі 1 метрді ғана сезіне алады, ал көзі жақсы көретін адам 2-3 км диаметрде көреді. Көзі көретін адамда соқыр адамға қарағанда мүмкіншіліктері көп.

Енді дүрбісі бар адамды қарастырайық. Ол 10 шақырымға дейін көре алады. Сонда дүрбі арқылы адам өз мүмкіншіліктерін арттырды.

Жалпы, адам ойлап тапқан құрылғылардың барлығы адамның **қабылдау мүмкіндігін** (возможности восприятия) арттыруға бағытталған.

Бұл құрылғылардың күші неде? Тек қабылдау мүмкіндігін (возможности восприятия) кеңейтуде ғана ма? Мен сізге «**күш диапазонда!»** деп жауап беремін.

Неліктен күш қабылдау мүмкіндігін арттыруда емес, даипазонда? Мысалы, егер адам үнемі дүрбімен жүрсе, онда ол әлемді үлкен етіп көреді, жалпы көріністі көреді, бірақ бірінші төмпешікте сүрініп қалады. Сондықтан мәселе құрылғыларда емес, диапазонда, олар керек кезде ең кішкентай бөлшектерді қарауға және керек кезде бәрін сырттан, үлкейтіп көруге мүмкіндік береді.

**Барлық қосымша, көмекші құралдар диапазонды ұлғайтады**.

Диапазон дегеніміз не? Диапазон фортепиано пернетақтасында оңай көрсетіледі. Әншінің диапазоны кең болса, бәсекеге қабілетті, мүмкіндігі мол. Мысалы, әнші Димаш Құдайбергенді алайық. Оның диапазоны қарапайым әншілерден 2-3 октава артық. Бұл оның үлкен артықшылығы, бәсекеге қабілеттілігі, ол еркектің де, әйелдің де дауысымен ән айта алады, көпшіліктің қолынан келмейтін әндерді орындай алады.

Осы сияқты **үлкен диапазон ой-өрісте де артықшылық береді**:

* **көбірек мүмкіндіктерді көресіз**
* **көбірек проблемалардан аулақ боласыз**
* ой-өрістің басқа деңгейіне көшу арқылы **кез келген мәселені шешу аласыз**

Альберт Эйнштейн айтқандай: Оны өзіңіз ойлап тапқан деңгейде қала отырып, сіз мәселені ешқашан шеше алмасыз.

**Ой-өрістің кең диапазоны сізге үш нәрсені береді:**

1. жаңа мүмкіндіктерге жол ашады
2. проблемаларды болдырмауға көмектеседі
3. мәселелерді шешуге көмектеседі

Ой-өрістің кең диапазоны сізге бизнесте де, өмірде де артықшылық береді.

*Ал ой-өрістің диапазонын қалай өлшеуге болады?*

Біз үш өлшемді кеңістікте өмір сүретіндіктен, біз үш өлшемді кеңістікте әрекет етекендіктен, біз үш өлшемді кеңістікте ойлауға дағдыландық. Сондай-ақ ой-өрістің диапазонынүш ось бойынша өлшеуге болады. **Диапазонды өлшеудің 3 осьі:**

1. **Ұзындық = уақыт**
2. **Биіктік/тереңдік = терең ой-өріс**
3. **Ені = кең көзқарас**

Ой-өріс диапазонының ұзындығы уақытпен өлшенеді. Егер ой-өріс диапазонының ұзындығы айтарлықтай ұзын болса, онда біз адамды екі қадам алда жүрген, көреген адам деп сипаттааймыз. Егер адамның ой-өрісі қысқа болса, ондай адамды артын ойламайтын, шыдамсыз, ойы тар деп сипаттаймыз.

Ой-өріс диапазонының биіктікте немесе тереңдікте қарау бұл мәселеге жаһандық тұрғыдан қарау немесе оны терең ой-өріс деп те атайды. Ой-өрісі биік адамды қоғамда мәселені жан-жақты көретін, терең ойлайтын адам деп сипаттайды.

Ой-өріс диапазонының ені тар немесе кең көзқарас арқылы өлшенеді. Адамның ой-өрісі кең болса, бұл жан-жақты не болмаса кең көзқарасты адам дейміз, ой-өрісі тар адамға ойы тар, жан-жағын көрмейтін деп сипатталады.

Ой-өріс диапазоны – адамның осы сәтке де, алдағы көп жылдарға да қарау, бір кішкентай нүктеге де, сонымен қатар жалпы көрініске де назар аудару, мәселені жан-жақты және ішкі егжей-тегжейін де қарау/ байқау қабілеті.

Ой-өріс диапазоны – адамның осы үш ось бойынша өз ой-өрісін өзгерту мүмкіндігі.

Ал ой-өріс масштабы- бұл әртүрлі ойлау, сіз дәл қазір қандай категорияларда ойлайтыныңыз.

Сондықтан есте сақтаңыз: **ой-өріс масштабы емес, ДИАПАЗОНЫ маңызды!**

# Ой-өріс диапазоны – 3 өмірлік оқиға

Ой-өріс диапазоны мәселесі бойынша теорияны адамға қолжетімді түрде қалай түсіндіруге болады?

Ең дұрысы, оның іс жүзінде қалай жұмыс істейтінін көрсететін өмірден мысалдар келтіру.

**Бірінші әңгіме: Қысқа және ұзақ ой-өріс туралы**

Бұл оқиға шаруашылық дүкенінде болған. Оқиға Harvard Business Review журналынан алынды. Дүкен менеджері ең нашар сатушы мен ең жақсы сатушы арасындағы сатылымдарды неге соншалықты үлкен айырмашылық бар екенін білгісі келді.

Бір күні ол ең нашар сатушының қалай жұмыс істейтініне қарады. Түс кезінде бір әйел оған жақындап, 5 доллар тұратын ваннаға арналған щетканың қайда екенін сұрады. Сатушы клиент екінші қатарға тікелей өтіп, солға бұрылсын деп жауап беріп, клиентке соңына дейін қызмет көрсетпеді. Содан кейін дүкен менеджері оның неге клиентке көңіл бөлмегенін және клиентке толық қызмет көрсетпегенін сұрады. Ең нашар сатушы айлық жалақысын есептеп, дүкенге қанша тұратынын, сонымен қатар дүкенге ең болмағанда жалақыға кеткен шығынды ақтап қана қоймай, үстінен тағы біраз табыс әкелу керек деп есептейгенін айтты. Табыс әкелу үшін ол күніне кемінде $35 орташа чектік тұтынушыларға қызмет көрсету керек деп есептеді. Сондықтан ол орташа есеппен $5 чектік тұтынушыға қызмет көрсетуді орынсыз деп санады. Менеджер бәрі дұрыс сияқты деп ойлады, бірақ оған сатушының логикасында бірдеңе ұнамады.

Келесі күні ол ең жақсы сатушының соңынан ерді. Бір кезде кемпір сатушыға жақындап, $3 тұратын ұзартқыш сымдардың қайда екенін сұрайды. Үздік сатушы оны ұзартқыш сымдардың сөресіне дейін апарды, онымен әзіл қалжыңдады, әңгімелесіп, жақсы қызмет көрсетті. Менеджер $3 чектік клиентке қызмет көрсетуге неге сонша тырысқанын сұрады. Содан кейін ең жақсы сатушы дүкеннің жылдық есебін қарап, тұтынушылардың орташа жылдық чекі жылына $ 367 екенін анықтадым деп жауап берді. Бірақ сатып алушы бұл ақшаны 1 ретте емес, жыл бойы ішінде қалдырады. Сондықтан егер сатушы қандайда бір тұтынушыға дұрыс қызмет көрсетпесе, онда бұл тұтынушы келесі жолы бұл дүкенге келмейді және бұл дүкенде жылына $367 жұмсамайды деді. Сонымен, ең жақсы сатушы әрбір сатып алушыны $367 сатып алушы ретінде қабылдағаны белгілі болды.

Екі сатушының да біліктілігі, шеберлігі, квалификациясы бірдей еді. Оларды ерекшелендіретін нәрсе олардың ой-өрісінде болды. Нашар сатушы сатып алушының бір ғана сатып алуын көреді. Жақсы сатушы сатып алушының бір жыл ішінде жасаған барлық сатып алуларын көреді. Сонымен, ең жақсы сатушы ұзақ мерзімді перспективада проблеманы көре алды және жеңімпаз болды, ал ең нашар сатушы қысқа мерзімде қарап, сатылым бойынша ең нашар болып шықты.

**Жақсы сатушының ой-өріс диапазоны нашар сатушыға қарағанда әлдеқайда ұзағырақ болды**.

**Екінші әңгіме: Терең ой-өріс туралы**

Мен бұл оқиғаны «Кайдзен тәжірибесі» кітабынан оқыдым.

Механикалық зауыттың директоры цех ішін аралап жүрді, оның қасындағылар оның соңынан ерді. Кенет ол станок астындағы еденге төгілген майды көрді.

– Бұл не? – деп сұрады директор. Цех басшысы:

- Май,- деп жауап берді.

Директор:

- Мен май екенін білемін. Бірақ неге ол еденге төгілді?

Сонда цех басшысы жұмысшының назардан тыс қалғанын, станокқа уақытында қызмет көрсетпегенін айтты. Содан директор жұмысшыны осында келуін талап етті. Сосын одан сұрады:

-Неге майды сүртпедің?

Жұмысшы:

-Кешіріңіз. Мен екі станокта жұмыс істеймін. Сіз келгенге дейін оны сүртіп үлгермедім, бірақ бұл күнде болатын оқиға. Тығыздама нашар», - деп түсіндірді ол. Сонда директор сұрады:

-Егер тығыздама нашар болса, неге ауыстырмасдың?

Сонда жұмысшы былай деп жауап берді:

- Әңгіме тығыздама туралы емес. Зауыттың жабдықтау бөлімін ынталандыру саясатын өзгерту керек.

Директор абдырап қалды да:

– Ал, тығыздама мен жабдықтау бөлімін ынталандыру саясаты бір-бірімен қалай байланыста?-деді.

Сонда жұмысшы былай деп жауап берді:

- Мен тығыздаманы жиі ауыстырамын. Олар үнемі бұзылады. Біздің зауытқа нашар тығыздамалар келеді, өйткені жабдықтау бөлімі ең арзанын сатып алады. Неліктен арзан тығыздама сатып алу керек? Өйткені жабдықтау бөлімін ынталандыру саясатында олар жабдықтарды сатып алу сапасы үшін емес, бюджетті үнемдегені үшін марапатталады.

Бұл оқиғада **жұмысшы бәрі көріп тұрған, беткі қатені емес, ол мәселені тереңірек көрді.** Ол мәселені терең талдап, өзіне **5 сұрақ қойды:**

1. **Неліктен май машинаның астында үнемі жиналып тұрады?** (Станоктан әрдайым май тамшылайды)
2. **Неліктен май тамшылайды?** (Тығыздамалар дұрыс жұмыс істемеуде)
3. **Неліктен тығыздамалар істен шығады?** (Өйткені сапасыз)
4. **Неліктен тығыздамалар сапасыз?** (Себебі жабдықтау бөлімі мақсатты түрде ең арзан, сәйкесінше ең сапасыз тығыздамаларды сатып алады)
5. **Неліктен жабдықтау бөлімі мұндай қосалқы бөлшектерді сатып алады? (**Себебі олар жабдықтау бөлімін ынталандыру саясатына сәйкес бюджетті үнемдегісі келеді)

Сондықтан ой-өріс тереңдігін дамытқыңыз келсе, өзіңізге 5 «неліктен?» деген сұрақ қойыңыз. Осылайша сіз түпкі себепке толығымен терең бойлайсыз. Сіз өз проблемаларыңыздың тамырын/түбірін көресіз. Есіңізде болсын: егер сіз түбірлік мәселені шешпесеңіз, мәселе қайта-қайта орала береді.

**Үшінші әңгіме: Кең көзқарас туралы**

Мен бұл оқиғаны интернеттен оқыдым. Жас риэлторға 15 гектар фермерлікке арналған жерлі 150 мың долларға сату тапсырылған. Шаруашылық қаладан алыс емес еді, бірақ ол мәселені шеше алмады. Өйткені қалаға жақын жерде дәл осындай шаруашылықтардың көбі сатылымға қойылған. Бұл сатылуы қиын объект болды. Бірақ риэлтор құлшыныс танытып, картадан ферманың орналасқан жерін қарауға шешім қабылдады. Кейін белгілі болғандай, ферманың орналасқан жері өте жақсы болды. Ол қалаға апаратын жолдың қасында орналасқан, өз тоғандары бар, ұлттық саябақ жақын жерде орналасқан.

Риэлтор демалыс күндерін осы фермада отбасымен өткізуді ұйғарды. Ферманың орналасқан жері атқа мінуге, атпен серуендеуге өте қолайлы екенін аңғарды. Сондықтан риэлтор ферманы бір гектарлық 15 бөлікке бөліп, оны жокей клубы ретінде сатуға шешім қабылдады. Қалаға келген соң жақсы бизнес-жоспар дайындап, банкке тапсырып, несие алып, шаруа қожалығын сатып алды. Кейін ол жерді 15 тең бөлікке кесіп, әдемі бас жоспар жасап, қала сыртындағы жокей клубына мүшелік сатып жатқанын жарнамалады. Бұл шаруа қожалығының сатылымы емес, бұл аймақта аналогы болмаған, сондықтан бәсекелестері жоқ мүлдем басқа өнім екенін ескеріңіз. Риэлтор әрбір мүшелікті 30 000 долларға сатты. Соңында 150 000 долларға ферманы сатудың орнына, ол қала сыртындағы жокей клубының мүшелігін сатып 450 000 доллар пайда тапты.

Бұл оқиға мені қатты шабыттандырды. Ой-өріс диапазоны, кең көзқарас жаңа мүмкіндіктерді ашуға қалай көмектесетінін бұл оқиға жақсы көрсетеді. **Әлемге деген кең көзқарас жоқтан бизнесті жасауға көмектеседі**.

**Ой-өріс диапазонын қалай арттыруға/ұлғайтуға болады?**

1. **Өзіңізге үнемі сұрақ қоя білу.** Неліктен? Неге? Қалай? Қайдан? Қашан? Салдары не болмақ? Сұрақтар жауаптардан маңыздырақ. Дұрыс сұрақтар әрқашан жауаптың жартысын өзінде қамтиды. Сұрақтар сананы кеңейтеді, білімді кеңейтеді, ал жауаптар шектейді. Қазіргі заманның проблемасы - бізде бәріне жауаптар көп. Сондықтан адамдардың сұрақ қоюға, білуге ​​құмарлығы жоғалды.

Өмір әрқашан сұрақтың жағында. Өлім әрқашан бір жауап береді. Сондықтан әрқашан сұрақтарды басшылыққа алыңыз. Ештеңеге 100% сенбеңіз. Әрқашан бәріне сұрақ қойыңыз, күмәнмен қараңыз.

Біздің миымыз жауап алғаннан кейін оны автоматты түрде есте сақтайтын етіп жасалған. Келесі жолы сол немесе ұқсас сұраққа тап болғанда, ол автоматты түрде жатталған жауаптарды береді, бірақ оның дұрыс екеніне кепіл бола алмаймыз. Менде әртүрлі адамдардың бір сұраққа автоматты түрде есте сақтаған жауаптары әртүрлі болуы мүмкін және әрқашан дұрыс бола бермейтіні туралы нақты мысал бар. Бір күні екі жұмысшы жұмыста сөзжұмбақ шешіп отыр екен. Сұрақ мынадай болды: балға шоты бар еңбекқор. Біріншісі гном деді, екіншісі зэк деп жауап берді. Біріншісі алмаз іздеп, шахта қазатын гномда туралы мультфильмдерді, ал екіншісі түрмеден тунель қазып қашатын тұтқын туралы қылмыс фильмдерді көрген шығар, бірақ дұрыс жауап - кенші. Яғни, екеуінің де жауаптары қате болған.

**Бір жауапқа қанағаттанбасаңыз, ой-өрісіңіз кеңейеді.**

Ең сорақысы сұрақ қоймастан үйрену. Бұл жинақталған біліміңізді дұрыс емес жағдайда қолдануға әкеп соғады, сізге үйретілген нәрсенің контекстін, астарын түсінбеуге әкеледі. Мақсат – жауап алғанша сұрақ қою емес, үнемі сұрақ қою.

1. **Жағдайды өзіңізден абстракциялау қабілеті мен соған арналған жаттығуларды тұрақты жасау**. Өзін-өзі және проблеманы сырт көзбен қарау. Бұл үшін пікірлес адамдармен пікірталастар, mastermind, brainstorming жасау өте қолайлы.

*«Аватар» жаттығуы*. Бұл жаттығудың мәні мынада: адам әдеттен тыс жерге / ортаға түсуі керек. Айталық, қала сыртында серуендеу, тауда серуендеу, оның әдеттегі істері, қиыншылықтары мен мәселелері соншалықты алыс сияқты көрінетін жерге баруы керек. Содан кейін ол аватар, лақап ат ойлап тауып, өзінің шынайы бейнесінің атынан келген өзінің лақап атымен мүлде басқа адаммын деп елестетуі керек. Содан кейін ол қиыншылықтарды ойында орын алуға жол беруі керек. Сондықтан ол ең нашар сценарийді болжайды. Ол енді бұл қиындықтарды өзінің мәселесі деп санамайды, ол бұл қиындықтарды қалада қалған басқа адамның мәселесі деп санайды.

Адамдардың мәселесі - олардың қиыншылықтар мен мәселелерді қарастырған кезде, олардың оған эмоционалды түрде қарауында. Мәселелерде мәселенің өзі емес, олардың салдары маңызды. Сондықтан біз мәселенің өзінен емес, оның салдарынан қорқамыз.

Бұл жаттығуда сіз мәселенің болуына/орын алуына жол бересіз, тек бұл сіздің басыңызда. Осылайша сіз барлық қорқынышты елестетесіз, ақыр соңында салдары соншалықты қорқынышты емес, соншалықты маңызды емес екенін, сіз болмашы нәрсеге, оңай шешілетін нәрсеге көп алаңдағаныңыз белгілі болды. Адам не бір шешімге келеді, не оның өзі ойлағандай қорқынышты емес екенін түсініп, қатты уайымдауды қояды.

1. **Армандау және қиялдау қабілеті**. Бенджамин Дизраэли айтқандай: Өзіңіздің ұлы ойларыңызға қамқорлық жасаңыз, өйткені сіз өз ойларыңыздан жоғары ұшпайсыз. Ой-өрісіңізді сіздің шын өміріңізге қарағанда кеңірек болуы керек. Бүгін кім екеніңді ойлама, ертең кім болатыныңды ойла. **Не бар екенін емес, не болатынын көруді үйреніңіз**.

Менің байқағанымдай, кедей адамдар бар нәрсеге көбірек көңіл бөледі. Олар болашақта не болатынын, не ала алатынын және бар затпен не істеуге болатынын ойламайды. Кедей адамдар армандарына емес, көргендеріне көбірек сенеді. Мұхаммед Әли айтқандай: «Чемпиондар жаттығу залында туылмайды. Чемпиондар адамның бойында бар нәрседен туады - қалаулары, армандары, мақсаттары».

1. **Позитивті ойлау қабілеті**. **Кез келген теріс ой сіздің әлеуетіңізді/потенциалыңызды шектейді**. Егер сіз біреу туралы жаман ойласаңыз, бұл адаммен бірге ештеңе істей алмайсыз. Өмір әркім өзінің рөлдік модельін ойнайтындай етіп ұйымдастырылған. Егер сіз біреу туралы жақсы ойласаңыз, басқаларға ол туралы жақсы нәрсе айтсаңыз, онда ол адам да сізбен жақсы қарым-қатынаста болады. Әрқашан адамдар туралы жақсы айтыңыз, олар туралы жақсы ойлаңыз, олардың жақсы жақтарын көре біліңіз, сонда сіз өз әлеуетіңізді/потенциалыңызды арттырасыз. Ой-өріс диапазоны кең адамға немқұрайлылық тән емес, ол әр нәрсеге мән береді. Сондықтан, позитивті ойлап, белсенді болыңыз, өзіңізді құрметтеу мен өзін-өзі бағалауды жан-жақты дамытыңыз. **Өзін-өзі бағалау және өзін-өзі құрметтеу - бұл адамның негізі**. Адам өзін құрметтеп, жоғары бағаласа, алдына биік мақсаттар қойып, соған жетеді. Табиғаты бойынша өзін-өзі құрметтейтін және өзін-өзі жоғары бағалайтын адамдар ешқандай кедергілерді білмейді, тек алға ұмтылады.

Біз ой-өріс диапазоны мен оны арттырудың әдістерін қарастырдық. Енді бұл сіздің бизнесіңізді масштабтау үшін жеткілікті ме? Жеткіліксіз. Мұның бәрі құралдар.

Маған көптеген кәсіпкерлер бір жерде тұрып қалдым, шаршадым, бизнесімді масштабтағым келеді, бірақ оған, не істеуім керек деген сұрақтар қояды. Міне, дәл осылай мансап сатысында бір орында тұрып қалған адамдар да келеді. Бұл сұрақтарға жауап беру үшін алдымен бизнестің не екенін түсіну керек. **Бизнесті екі жақтан қарастыру керек:**

1. **бизнес кәсіп ретінде**
2. **бизнес өнер ретінде**

Мен өз басым оны былай көремін: **адамдардың 20%-ы бизнес жүргізу қабілетінің толық болмауына байланысты ешқашан бизнеспен айналыса алмайды**.

**Халықтың 60%-ға жуығы бизнесті кәсіп ретінде үйрене алады**. Кәсіп ретінде дегеніміз сіз өзіңізді және отбасыңызды асырайсыз, бірақ аспандағы жұлдызға қол созбайыз.

**Халықтың тағы 19% ірі бизнес құра алады**.

**Халықтың тек 1%-ы ғана бизнесті өнер ретінде жасай алады.** Олар көп миллиардты, көрнекі, атышулы бизнесті жасай алады. Өнер ретінде бизнесті үйрену мүмкін емес. Бұл Алланың берген таланты. Бұл іске деген құштарлық пен махаббат. Бизнес- бұл олардың миссиясы, олан бизнеспен шұғылданбай тұра алмайды. Олар бизнеспен отбасысын асырау үшін емес, өз Миссиясын орындау үшін шұғылданады.

**Бизнеспен кәсіп ретінде және бизнеспен өнер ретінде айналысатын адамдардың айырмашылығы неде?** Талант? Емес. Еңбекқорлық? Жоқ. Жауап – олардың бизнеске деген қарым-қатынасында.

Бизнеске деген көзқарасыңызды, қарым-қатынасыңызды өзгерту арқылы сіз оның масштабын өзгертесіз.

Енді бизнеске деген көзқарас, қарым-қатынас дегеніміз не және ол сіздің бизнесіңізді масштабтауға қалай көмектесе алатынын қарастырайық.

Сіздің кез келген әрекетке деген көзқарасыңыз, қарым-қатынасыңыз сіздің әрекетке қаншалықты көңіл бөлетіндігіңізбен анықталады.

Көңіл бөлу деген не? Сізге оның формуласын берейін.

**Көңіл бөлу = (энергия + уақыт)\*махаббат.**

**Көңіл бөлу = өмір эликсирі.**

Көңіл бөлу шлангтан ағатын эликсир су сияқты. Шлангты қай жаққа бұрсаңыз, қайда қарасаңыз, сол жерді суғарасыз. Сол жерде бәрі өсіп, гүлдейді. Сондықтан өміріңіздің тек жақсы жақтарына назар аудару өте маңызды. Әр нәрседен тек жақсылықты көруге өзіңізді жаттықтырыңыз, айналаңыздағы адамдардан тек жақсылықты байқаңыз. Сонда бүкіл әлем сізге дос болып, өміріңдегі барлық жақсылықтар көбейе бастайды, масштабтала бастайды.

Егер сіз өз жұмысыңызды жақсы көрсеңіз, ол туралы үнемі ойлайсыз. Осылайша сіз энергия мен уақытты осы бағытта жұмсайсыз.

**Өмір эликсирінің формуласы тек бизнеске ғана емес, адам өмірінің барлық басқа салаларына да қолайлы**.

Эликсирмен суғару, құю- бұл көбірек энергияны, көбірек уақытты, көбірек махаббатты беру.

**Бәсеке/конкуренция – бизнесмендер арасындағы өз ісін/бизнесін кім қаттырақ жақсы көретіні туралы жарыс**. Сондықтан егер сіз осы эликсирді өз бизнесіңізде қолдансаңыз, онда сіз бәсекелестіктен қорықпайсыз.

Икигай- бұл сіз жақсы көретін, сіз жақсы істей алатын, сізге ақы әкелетін және сіздің ісіңіздің ішіндегі қоғамға пайдалысының, басқа адамға керектігінің қиылысы. Егер сіздің бизнесіңіз сіздің Икигайыңыз болса, онда сізді тіпті басқалармен салыстыруға келмейді. Өз икигайын тапқан адам ең жоғары шеберлікке қол жеткізе алады! Жапонияда мұндай адамды өз ісінің шебері - Шокунин - деп атайды. Өзінің жақсы көретін ісімен айналыса отырып, Шокунин Саториге жетеді, бұл ең үлкен бақыт нүктесі. Осы сәтте Шокунин үшін уақыт тоқтайды. Ол уақытында және жұмысында толығымен балқды. Батыста бұл ағын немесе ағын күйі (состояние потока) деп аталады.

Қорытындылай келе, ой-өріс масштабы - ештеңе емес, ой-өріс диапазоны - күш. Бірақ қолданыссыз күш - ештеңе емес. Дүрбіні қолданбау дүрбісіз болуға тең.

Егер сіз өз көзқарасыңызды, қарым-қатынасыңызды өзгертпесеңіз, ештеңе болмайды, өзгермейді. Қарым-қатынас=көңіл бөлу= (энергия + уақыт)\*махаббат.

Егер сіз өз ісіңізді жақсы көрмесеңіз, оны өзгертіңіз. Үнділерде мынадай мақал бар: Өлі атпен ұзақ шапсаң, ол өлі аттан түс. Икигайыңды таб, Шокунин бол, Саториге жет, сонда саған тең келер ешкім болмайды.