

ОЛЬГА  
БЕРЕСТОВА

# БИЗНЕС БЕЗ ВЫГОРАНИЯ

**35 СОВЕТОВ  
ДЛЯ ПРОДУКТИВНОЙ  
РАБОТЫ В КОМАНДЕ**



Рекомендовано  
собственникам  
и управленцам  
компаний



Бизнес-психология (Питер)

Ольга Берестова

**Бизнес без выгорания. 35  
советов для продуктивной  
работы в команде**

«Питер (Айлиб)»

2025

УДК 005:316.6  
ББК 65.9(2)29-21+88.5

## **Берестова О. В.**

Бизнес без выгорания. 35 советов для продуктивной работы в команде / О. В. Берестова — «Питер (Айлиб)», 2025 — (Бизнес-психология (Питер))

ISBN 978-5-4461-4421-1

Почему топ-менеджеры все чаще выгорают всего за три года? Что ведет к потере времени, энергии и, как следствие, к профессиональному истощению? Автор книги, успешный предприниматель с 25-летним опытом ведения бизнеса, отвечает на эти вопросы и предлагает решение — системный подход к целеполаганию. Алгоритмы и советы из книги помогут вам четко формулировать цели для себя, компании и команды, вовлекать сотрудников в достижение масштабных целей, правильно делегировать задачи и эффективно планировать время, сохранять энергию на долгом пути к успеху. Каждый инструмент и подход, предложенный автором, был протестирован на практике. В книге вы найдете вопросы для рефлексии, чтобы глубже понять свои цели и переосмыслить управленческую практику, а также советы для максимальной продуктивности. Полезные лайфхаки и инсайты можно сразу применить в работе. Издание рекомендовано собственникам и управленцам компаний, а также всем, кто интересуется темой профессионального выгорания. В формате PDF А4 сохранен издательский макет книги.

УДК 005:316.6  
ББК 65.9(2)29-21+88.5

ISBN 978-5-4461-4421-1

© Берестова О. В., 2025

© Питер (Айлиб), 2025

# Содержание

Об авторе	7
Введение	8
Часть 1	9
Совет 1. Подружите миссию компании с вашей личной	10
Совет 2. Определитесь с желаниями и планами. Ставьте активизирующие цели	12
Совет 3. Расставьте приоритеты по целям с учетом жизненного цикла компании	19
Конец ознакомительного фрагмента.	24

***Ольга Берестова***  
***Бизнес без выгорания. 35 советов***  
***для продуктивной работы в команде***



© ООО Издательство «Питер», 2025,

© Серия «Бизнес-психология», 2025

© Ольга Берестова, 2025

## Об авторе

**Ольга Вячеславовна Берестова** – врач, кандидат медицинских наук, ментор, генеральный директор ведущего медицинского холдинга Южно-Уральского округа: клиник «ДНК», «Забота» и «Диплекс».

- С 2001 года в бизнесе. «ДНК Клиника» с 2021 года входит в топ-200 клиник России в рейтинге издания Vademecum.

- Имеет степень Executive MBA.

- Автор бизнес-модели управления частной клиникой, обладатель патента «Трехконтурная бизнес-модель управления клиникой».

- Входит в топ-100 генеральных директоров России с 2017 года.

- Эксперт по развитию и масштабированию бизнеса.

- CEO и ректор Медицинского корпоративного университета. МКУ – номер один в обучении руководителей и сотрудников клиник по количеству программ в концепции lifelong learning.

Автор книг «Мотивационная консультация пациента», «Правила врачебного приема», «Эффективная бизнес-модель современной клиники», «10 слагаемых успеха администратора», «Как открыть клинику своей мечты», «Управление клиникой. Практические рекомендации на каждый день».

## Введение

Интересный и тревожный факт: в среднем *топ-менеджеры выгорают всего через три года*. Конечно, это можно объяснить тем, что на плечах руководителей высокая нагрузка и огромная ответственность. Однако, наблюдая за управленцами, я вижу, что ключевая проблема большинства из них – *неправильная постановка целей и неверные действия в процессе их достижения*.

Даже самые образованные и опытные люди доходят до крайней степени истощения, если не умеют правильно распределять время и энергию.

Первое, что стоит сделать любому руководителю, чтобы грамотно распоряжаться своими ресурсами, — *поставить цели*: перед собой, перед компанией и перед всеми сотрудниками. Второй шаг — *спланировать достижение этих целей*. Казалось бы, это достаточно очевидные действия, но давайте будем честны: мало кто действительно использует в своей работе инструменты целеполагания и планирования.

Собственнику кажется, что цель есть в его голове, *ему она более или менее ясна* и этого достаточно. Прийти к этой цели планируется *как-нибудь*. Девяносто процентов управленцев не считают нужным планировать. С одной стороны, мне это понятно, ведь турбулентный российский рынок то и дело подбрасывает сюрпризы – едва ли не выбивает почву из-под ног. Но если вы *примерно понимаете, к чему идете*, и прийти к этому собираетесь *как-нибудь*, то и результат будет *примерно какой-нибудь*. Чаще всего – вовсе не такой, каким вы его представляли. Если вы не выстраиваете маршрут к ожидаемому результату, а идете на ощупь запутанными путями, это оборачивается потерей времени и энергии, а в конечном итоге – выгоранием. Многие из нас знают это состояние: после долгого рабочего дня человек приходит домой, падает на кровать и просто смотрит в потолок – без сил и удовлетворения от достигнутого.

*Системный подход к достижению целей*, о котором я расскажу в этой книге, поможет вам двигаться к запланированному легко и смело, без переутомления и выгорания. Я собрала материал, который даст возможность *осознанно ставить бизнес-цели и достигать их вместе с командой*. Это снизит риск выгорания, позволит вам двигаться планомерно. Полезность собранных в книге инструментов подкреплена моей практикой и многолетними наблюдениями за сотрудниками и коллегами.

Рекомендую вам во время чтения держать под рукой ручку или карандаш, чтобы делать пометки. На протяжении всей книги я буду задавать вопросы, важные для вашей рефлексии. Хорошенько обдумайте ответ – записать его можно будет в специальном поле. Также, если потребуется, делайте пометки на полях.

Пожалуйста, не игнорируйте вопросы и задания, которые вы найдете в каждой главе (совете)! Чтобы знания не остались просто информацией в вашей голове и действительно принесли вам ощутимую пользу, очень важно сразу внедрять их в практику. Отвечая на предложенные вопросы, вы зададите нужный вектор и сделаете важные шаги *в направлении развития*. Главное – сможете четко понять, как вам достичь желаемой цели.

Надеюсь, в этой книге вы найдете много полезных для себя лайфхаков и инсайтов! Даже если какая-то информация покажется вам известной, задайте себе вопрос: «*Действительно ли я применяю это в своей работе?*» Если ответ будет отрицательным, рекомендую брать это на заметку и срочно исправлять ситуацию.

Небесполезного чтения вам, коллеги!

## Часть 1

### Формулируем цели и вовлекаем сотрудников

Каждая компания – это детище ее собственника. Как известно, от осинки не родятся апельсинки. Компания – прямое отражение ее владельца или руководителя. Соответственно, *чтобы понять, куда двигать компанию, нужно сперва осознать, куда вы сами направляетесь, к чему стремитесь.* Я расскажу вам, какие инструменты вы можете применять как для постановки целей в личной жизни, так и для определения вектора развития компании.

В этой части мы также поговорим о том, *что такое рыночная корпоративная культура* и почему топ-менеджеру важно уделить внимание ее построению. Забегая вперед, отмечу: такая корпоративная культура требует, *чтобы каждый ваш сотрудник понимал свою роль в достижении общих целей и ощущал свою ответственность за результат.*

Итак, полагаю, вам уже не терпится взять на вооружение полезные инструменты и лайфхаки. Давайте приступим!

## Совет 1. Подружите миссию компании с вашей личной

Сразу же задам вам несколько вопросов.

### 1. Подумайте: ради чего вы живете? Что является вашим предназначением?

Я понимаю предназначение как деятельность, которая вдохновляет, полностью поглощает и заставляет забывать о времени. Это не просто хобби, а то, что приносит пользу другим людям, делает мир лучше, дает не только моральное удовлетворение, но и материальные возможности для развития.

---

---

---

---

**2. Что вы можете назвать своей миссией?** Миссия – это дело всей жизни. Задумайтесь, чем бы вы хотели заниматься всегда. Что наполняет вас смыслом и энергией на постоянной основе?

---

---

---

---

### 3. Что является миссией вашей компании? Ради чего вы работаете?

---

---

---

---

**А теперь оцените, насколько ваши ответы на все эти вопросы согласуются друг с другом:**

Ваши цели и цели компании должны гармонизировать, как минимум – пересекаться. Если же вы видите развитие компании одним образом, а на стратегических сессиях решения почему-то принимаются иные, рано или поздно вы перестанете понимать, куда движется компания. От этого у собственников бизнеса и возникает *неудовлетворенность происходящим*. На этой волне принимаются эмоциональные решения об увольнении людей, хотя сотрудники часто ни в чем не виноваты. Причина всему – именно *ваш внутренний раздрай*.

Посмотрим на примере.

- Ваша личная миссия – улучшать качество жизни людей.
- Миссия вашей компании – максимизировать прибыль любой ценой, даже в ущерб качеству продукта.

Чувствуете диссонанс? Рано или поздно такой бизнес начнет тяготить вас. Как следствие, эффективность вашей работы как руководителя начнет снижаться, так как внутренний конфликт будет блокировать творческий потенциал и управленческую интуицию.

*Из миссии рождаются цели.* Чтобы бизнес не тянул из вас энергию, вам, как руководителям и собственникам компаний, я рекомендую:

- **регулярно проводить рефлекссию** – анализировать свои личные и корпоративные цели, приводить их в соответствие друг другу. О том, как лучше формулировать цели, мы подробно поговорим далее;

- **собирать актив сотрудников на стратегические сессии** – чтобы контролировать вектор развития компании и своевременно «сверять часы». Подробнее о проведении стратегических сессий я тоже расскажу в этой книге.

Поделюсь своим примером. Когда я впервые задумалась о своем предназначении, я сразу поняла, что моя сила – в систематизации, структурировании, построении эффективных бизнес-моделей. Мне всегда было интересно выявлять взаимосвязи, находить закономерности и применять их для развития медицинской отрасли. Я осознала, что хочу организовывать новые клиники и медицинские центры, которые не просто работают и приносят деньги, а делают счастливыми миллионы пациентов.

Согласованность личных и корпоративных целей помогает поддерживать гармонию в процессе управления, обеспечивает ясность в принятии решений.

Когда ценности внутри вас гармонируют и не конфликтуют, это дает массу преимуществ:

- **вы четко понимаете, к чему идете и с кем вам по пути.** Вы нанимаете тех людей, которые могут вовлеченно работать на результат – стремиться к выполнению миссии компании;

- **вы лучше мотивируете команду.** Если вы сами вдохновлены целью, заряд энергии передается от вас сотрудникам – и они начинают выполнять свою работу с большим энтузиазмом и большей ответственностью.

После того как я навела порядок в своих клиниках, мне стало интересно пойти дальше – начать помогать другим. Очень многие мои коллеги приходят в сферу здравоохранения с мечтами, но зачастую сталкиваются с разочарованиями. Я поняла, что могу подсказать, как им преодолеть эти сложности, выстроить эффективные процессы. Мне это интересно, меня это наполняет. Безусловно, мне важно видеть вдохновленных управленцев после наших с ними консультаций – разделять их радость от того, что их дело приносит пользу и развивается.

Однако один в поле не воин. Именно поэтому из моей личной миссии родился Медицинский корпоративный университет. Он стал пространством, объединяющим людей, которые разделяют мои ценности и стремятся помогать миллионам быть здоровыми и счастливыми.

**Моя миссия:** «Я обучаю собственников и управленцев выстраивать системный и прибыльный бизнес, чтобы в клиниках всегда были ресурсы для развития и возможность делать здоровыми и счастливыми миллионы людей».

**Миссия Медицинского корпоративного университета:** «Мы помогаем клиникам строить систему управления, оптимизировать процессы и увеличивать количество благодарных пациентов – через обучение руководителей и сотрудников».

Я искренне верю, что каждый человек может найти свою миссию. Главное – задавать себе правильные вопросы, не бояться мечтать и идти к своей цели. Именно так рождаются великие идеи и полезные дела!

## Совет 2. Определитесь с желаниями и планами. Ставьте активирующие цели

Поделюсь с вами подходом, который помогает определить истинные цели, понять свои возможности и осознать, какие действия необходимо предпринять для достижения желаемого. Все это важно сделать, *чтобы компания отражала вас* и развивалась в соответствии с вашими ожиданиями.

Предлагаю вам использовать простую и эффективную методику, которую предложила Марина Мелия<sup>1</sup> в книге «Хочу – Могу – Надо. Узнай себя и действуй!».

Подход «хочу – могу – надо» поможет вам сформулировать цель, которая:

- будет одновременно амбициозной и достижимой;
- приведет к успеху как вас лично, так и вашу компанию.

Останьтесь в тишине, замедлитесь и инвестируйте время в самое важное дело. Выполните это упражнение. Благодаря ему вы диагностируете свою внутреннюю потребность, а она, в свою очередь, станет основой для достижения цели и вашей устойчивой мотивацией.

### Как действовать?

**Шаг 1. Сначала необходимо определить, чего вы хотите.**

---

---

---

---

Проговорите это вслух и убедитесь, что эта цель действительно вызывает у вас эмоциональный отклик.

**Шаг 2. Оцените свои возможности.** Сможете ли вы физически и эмоционально справиться с достижением этой цели? Согласуйте желаемое с возможным. Например, поменяйте цель на менее амбициозную, если чувствуете, что пока не готовы к такому масштабу.

---

---

---

---

**Шаг 3. Перейдите к планированию.** Перечислите, что нужно будет сделать:

---

---

---

---

**Шаг 4. Действуйте!** Тут многое зависит от вас, так как важна будет *дисциплина*. Возьмите себе в помощники *грамотное планирование* – его принципы мы с вами разберем в книге.

Когда вы определите свои желания, постарайтесь правильно сформулировать цель. Уверена, вы знакомы с умным целеполаганием и знаете, как ставить цели по методу SMART (рис. 1.1).

---

<sup>1</sup> Российский психолог, кандидат психологических наук, профессор, автор статей и книг.

Напомню: *цель должна быть конкретной, измеримой, достижимой, актуальной и ограниченной во времени.* Это касается и ваших личных целей, и целей компании, и тех целей, которые вы будете ставить каждому отдельно взятому сотруднику.

S

**SPECIFIC**

Конкретная,  
прозрачная

M

**MEASURABLE**

Измеримая

A\*

**ATTAINABLE**

Достижимая,  
реалистичная

R

**RELEVANT**

Актуальная

T

**TIME-BOUND**

Ограниченная  
во времени

### Рис. 1.1. Метод SMART

Давайте кратко рассмотрим перечисленные выше принципы.

- **Конкретность.** Цель должна быть определена и четко сформулирована.
- **Измеримость.** Нужны *числовые показатели*, по которым можно оценить, достигнута ли цель. Чтобы ставить измеримые цели, учитесь говорить на языке цифр.
- **Достижимость.** Исходите из своих ресурсов. Поставив слишком высокую планку, вы быстро выгорите, а желаемое так и не будет получено.
- **Релевантность.** *Цель должна быть актуальной для компании* в конкретный момент времени. Также соотнесите ее со стратегическими целями – с тем, насколько она согласуется с долгосрочными планами компании и вашими личными целями как руководителя. Если задачи, которые вы ежедневно ставите сотрудникам, расходятся с вашими стратегическими целями, то это проблема – очевиден раздрай.
- **Ограниченность во времени.** Установите конкретные сроки для достижения желаемого с четкими критериями выполнения.

**Пример SMART-цели:** «Увеличить выручку компании на 30 % в ближайшие шесть месяцев за счет увеличения количества продаж в два раза и найма двух дополнительных менеджеров». *Максимально конкретизируйте, чего вы хотите добиться, как и в какой срок.*

Наличие у компании четкой цели, возможность сплотиться для достижения результата — *все это* само по себе уже является *мотиватором для сотрудников*. Я же хочу добавить, что *цель должна быть активизирующей* – такой, которая вдохновляет, зажигает и мотивирует людей, *вызывает внутреннее стремление достигнуть ее* (табл. 1.1).

**Таблица 1.1.** Что поможет сделать цель активизирующей для вашей команды

<p>Четкость — желательно без акцента на деньгах компании</p>	<p>Цель должна быть ясной и конкретной, чтобы каждый сотрудник понимал, что именно от него требуется и как будет измеряться успех. Вместо абстрактного «улучшить продажи» цель может звучать так: «Увеличить продажи на 20 % в течение следующего квартала». При этом не ставьте целью конкретную сумму — не делайте акцента на деньгах, которые вы хотите получить в качестве собственной прибыли. Когда сотрудникам говорят, что компания должна заработать 100 миллиардов рублей в следующем году, первой реакцией любого человека будет отрицание: «Вот ничего себе! Я буду работать на собственника компании, миллиарды ему зарабатывать и получать за это свои копейки?!» Лучше формулировать цель через другой заход: подняться в топ в регионе по сервису, увеличить количество клиентов, снизить отток и т. д.</p>
<p>Амбициозность и достижимость</p>	<p>Слишком легкие задачи не вызывают интереса и мотивации, но и невозможные цели могут привести к разочарованию. Нужно найти золотую середину: достижение цели должно быть сопряжено с приложением усилий, чтобы стимулировать рост сотрудников. Про достижимость мы уже говорили: сильно задрать планку, вы обречете команду на выгорание</p>

<p>Соединение цели с личными ценностями и интересами сотрудников</p>	<p>Когда цель соотносится с личными ценностями и амбициями членов команды, она становится более мотивирующей. Люди будут стремиться достигнуть ее ради и результата, и личной удовлетворенности. Пример: если один из сотрудников заинтересован в профессиональном развитии, цель может включать в себя обучение или участие в специализированных семинарах</p>
<p>Создание ощущения достижения и прогресса</p>	<p>Важно, чтобы сотрудники могли видеть свой прогресс на пути к цели. Это может быть сделано через регулярные проверки, обратную связь, а также поощрение даже за малые достижения. К примеру, разделите большую цель на несколько этапов и фиксируйте их достижение, чтобы сотрудники могли видеть свою работу в контексте общего успеха</p>
<p>Привлечение к обсуждению целей</p>	<p>Когда сотрудники участвуют в процессе формирования целей, они чувствуют большую ответственность за результат. Также это помогает вам учесть реальные условия работы и возможности команды и, опираясь на это, сделать цели более реалистичными. Проводите стратегические сессии, мозговые штурмы, обсуждения на собраниях</p>
<p>Свобода выбора и чувство ответственности</p>	<p>Когда сотрудники могут выбирать путь достижения цели и ощущают ответственность за результат, они более мотивированы. Чувство контроля над собственными действиями усиливает вовлеченность</p>
<p>Значимость в долгосрочной перспективе</p>	<p>Активирующая цель должна быть связана с более высокой миссией компании или жизненными целями сотрудников. Объясните, как достижение цели повлияет на развитие компании, какие создаст персональные возможности для карьерного роста сотрудника</p>
<p>Связь с личностным ростом</p>	<p>Достижение цели должно быть связано не только с результатами компании, но с ростом самого сотрудника: развитием его профессиональных навыков, карьерным продвижением, личными достижениями</p>
<p>Экологичность</p>	<p>Ваша цель не должна приносить никому вреда и нарушать принятые в обществе правила</p>

**Ставите ли вы цели по методу SMART для личного развития?**

---

---

---

---

**Ставите ли вы цели по методу SMART для сотрудников в вашей компании?**

---

---

---

---

**Ведут ли поставленные вами задачи к достижению цели? Или есть расхождение?**

---

---

---

---

**Сформулируйте личную активирующую цель на этот год по методу SMART:**

---

---

---

---

**Сформулируйте активирующую цель для вашей компании на этот год по методу SMART:**

---

---

---

---

### Совет 3. Расставьте приоритеты по целям с учетом жизненного цикла компании

Наверняка вы слышали о популярном у психологов инструменте – колесе жизненного баланса (рис. 1.2).

Работа с этим инструментом опирается на идею о том, что нужно равномерно развиваться в различных областях жизни, чтобы все сферы находились в гармонии: работа, семья, здоровье, дружба и т.д.

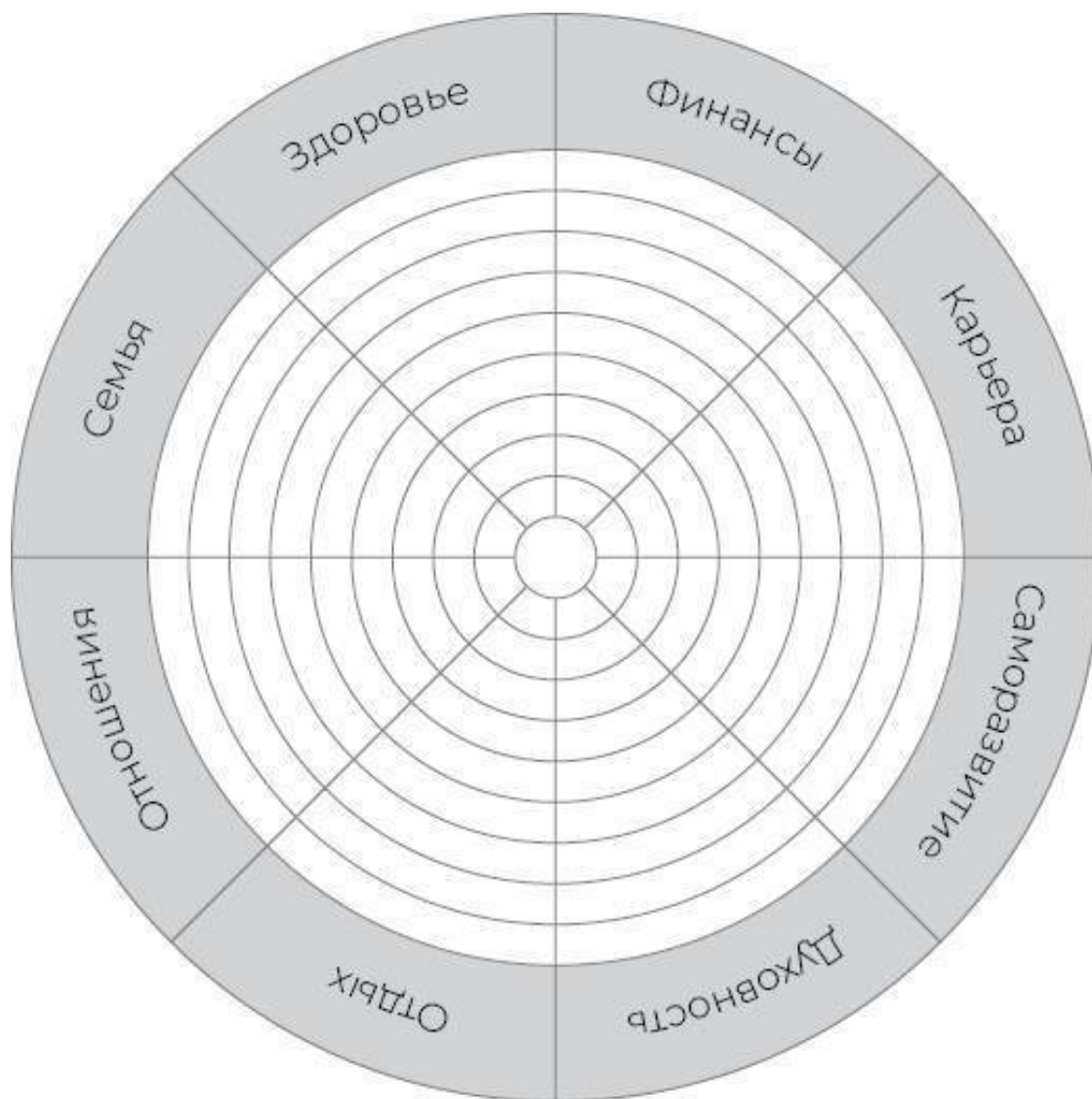
Однако в реальности баланс между всеми этими жизненными сферами не всегда возможен – особенно если перед вами стоит амбициозная цель. Надо понимать, что *на все требуется время*. Двенадцати часов в течение дня бывает недостаточно для того, чтобы уделить внимание всем сферам жизни, поэтому я рекомендую осознанно подходить к выбору приоритетов.

На мой взгляд, каждому руководителю стоит ознакомиться с концепцией жизненного цикла компании, которую представил **Ицхак Адизес**<sup>2</sup> в своей книге «Управление жизненным циклом компании. Как организации растут, развиваются и умирают и что с этим делать». Если вы не читали эту книгу, советую сделать это в ближайшее время. Сейчас очень кратко расскажу ее суть.

Согласно модели Ицхака Адизеса, компания сначала проходит все этапы роста, затем достигает стабильности, а в конце концов сталкивается с процессами «старения» (табл. 1.2, рис. 1.3).

---

<sup>2</sup> **Ицхак Кальдерон Адизес** – предприниматель и бизнес-консультант, международный эксперт в области менеджмента, автор книг, переведенных более чем на 30 языков мира. Консультировал руководителей стран, а также руководителей компаний из списка Fortune 100. В 2019 году получил премию от Международной академии менеджмента за вклад в управление изменениями. Свою первую докторскую степень получил в Колумбийском университете, имеет 21 почетную докторскую степень в университетах 11 стран.

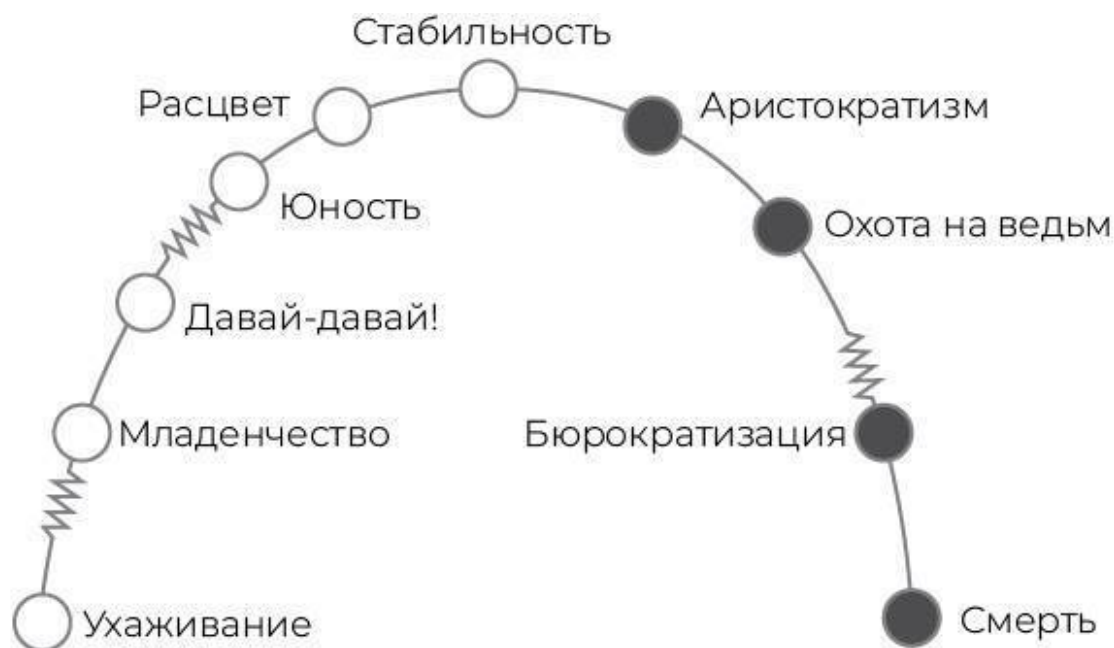


**Рис. 1.2.** Колесо жизненного баланса

**Таблица 1.2.** Основные стадии, через которые проходит любой бизнес (по Ицхаку Адизесу)

«Увлечение» или «Ухаживание»	На этом этапе предприниматель находится в стадии разработки идеи
«Младенчество»	Собственник начинает собирать команду, арендует офисные помещения и занимается оформлением необходимых документов. В этот период еще не сформирована управленческая структура, не налажены бизнес-процессы и каналы сбыта
«Давай-давай!»	Продажи начинают набирать обороты, и собственник сосредоточен на том, чтобы продавать как можно больше. На этом этапе он может уделять меньше внимания качеству продукта и долгосрочной маркетинговой стратегии
«Юность»	Компания продолжает развиваться и расти, собственник нанимает профессиональных менеджеров — происходит переход от предпринимательского управления к профессиональному. Это непростой момент, переломный. Нанятые менеджеры начинают внедрять регламенты и правила, что может вызывать недовольство среди старых сотрудников. Основной акцент в управлении смещается на получение прибыли, что оборачивается оптимизацией издержек
«Расцвет»	Компания адаптирует продукты под потребности клиентов, соблюдая и собственные интересы. Бизнес-процессы становятся регламентированными, формируется корпоративная культура. Бизнес расширяется, открываются новые направления и продукты
«Стабильность»	Компания постепенно теряет гибкость. Регламенты ужесточаются, почти все действия сотрудников требуют неоднократных согласований

	<p>с менеджерами разных уровней. Разработка новых продуктов и проектов продолжается, но движется гораздо медленнее</p>
«Аристократизм»	<p>Руководство утрачивает интерес к развитию и избегает шагов, которые не дают мгновенной прибыли. Фокус смещается на роскошь: снимаются элитные офисы, покупается дорогая мебель. Сотрудники становятся инертными и избегают конфликтов. Процедуры и правила становятся важнее реальных достижений. Компании приходится поднимать цены на продукцию, что снижает спрос и уменьшает долю на рынке. Продажи падают, убытки растут, и может произойти объединение с другой компанией, чаще всего находящейся на стадии активного роста</p>
«Охота на ведьм»	<p>В коллективе нарастает конфликтность, все пытаются найти виновных в снижении прибыли и доли рынка. Руководитель мечется в агонии и не знает, что предпринять: роняет цены, сокращает штат, закрывает проекты. Субсидии или инвестиции могут поддерживать жизнеспособность проекта, но компания существует ровно до тех пор, пока финансирование не будет перекрыто</p>
«Бюрократия»	<p>Компания существует только за счет внешних финансовых вливаний. Она не способна эффективно удовлетворять потребности клиентов, строго придерживается устаревших регламентов и правил. В компании практически отсутствует живое общение, оно заменено формально-вежливыми взаимодействиями. Все вопросы решаются письменно, а зоны ответственности четко распределены</p>
«Смерть»	<p>Финальная стадия, характеризующаяся банкротством компании. Смерть может наступить и преждевременно, если компания не проходит через определенные этапы. Чтобы не допустить застоя и смерти, развивайте гибкость, держите руку на пульсе и не бойтесь трансформаций.</p>



**Рис. 1.3.** Жизненный цикл компании по Ицхаку Адизесу

Теперь давайте представим, что ваша компания – стартап, то есть находится на этапе младенчества, а цель перед вами стоит амбициозная – стать одной из самых заметных клиник города. Или вы на этапе «Давай-давай!» и мечтаете вывести компанию в топ-10 ведущих клиник страны. Понятно, что в таких случаях попросту не получится равномерно распределять силы на все сферы жизни – цель будет требовать большой самоотдачи и фокусировки на ней. Поэтому, пожалуйста, не тешьте себя иллюзией, что сможете достичь глобальной цели в каком-то комфортном для себя темпе. У всего есть цена. Если вы понимаете баланс как равномерное распределение сил и времени на разные жизненные сферы, то ваше колесо баланса может временно отойти на второй план – на мой взгляд, это вполне нормально.

Я ни в коем случае не призываю вас бросать близких и работать без отпусков. Я рекомендую взглянуть на баланс индивидуально – с точки зрения того, какой расклад вас устроит. Подумайте, какой результат в каждой из жизненных сфер будет вас удовлетворять. Баланс – это не всегда равное распределение времени, это, скорее, *осознанное управление своими ресурсами*.

Моя жизнь, к счастью, складывается согласно описаниям Михаила Лабковского<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Психолог, писатель, теле- и радиоведущий. Автор книги-бестселлера «Хочу и буду. Принять себя, полюбить жизнь и стать счастливым». Журнал Forbes признал его самым узнаваемым психологом России.

## **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.