

Маніпуляція свідомістю, або Безлад ринкової економіки

Найбільш цінне, чому може навчитись людина, – це вміння використовувати знання та досвід інших. Проте, не маючи часу та необхідної професійної підготовки, під тиском технологій маніпулювання, впливу та навіювання інвестори, як і раніше, отримують за свої кошти неефективні та недосконалі холодильні технології та системи. Іноді навіть бували спеціалісти дивуються вправності та «досягненням» «колег» у обладнанні об'єктів, які потім не виконують свого призначення. Як вийти з цього рівня існування?



Астор

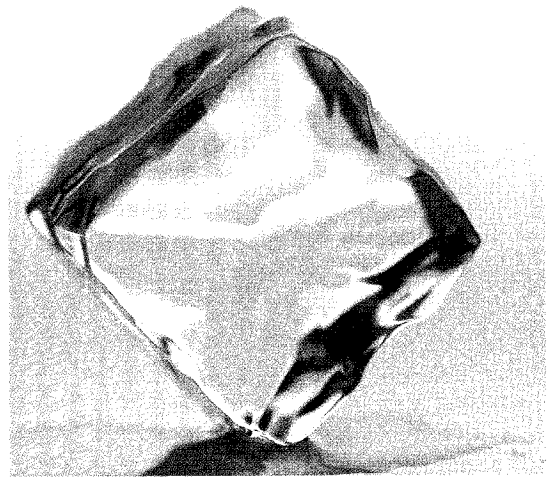
Юрій Желіба,
голова правління АТЗТ
НІО «Холод»,
к. т. н., доцент ОДАХ

Для випадково уцілілих інженерних кадрів наступили непрості часи. На них, власників і керівників підприємств, чиновників державних наглядових організацій, накопилася інформаційна хвиля професійно підготовленого та відточеного матеріалу маркетологів і менеджерів з продажу холодильного обладнання різної, деколи сумнівної, якості. На ринок України інтенсивно просувається неякісне обладнання маловідомих виробників, що не має відповідних міжнародних сертифікатів та інших загальноприйнятих знаків відповідності. Ще гірше – просуваються неякісні інженерні послуги зі створення холодильних технологій та обладнання систем від непрофесійних та дезорієнтованих спеціалістів. У деяких регіонах України кваліфікованих холодильщиків зовсім обмаль. Професійні честь і гідність частини технічних фахівців пішли з фронту битви за якість і надійність, а приховані методи впливу на те, що купує споживач, про що він думає і у що вірить, безперервно вдосконалюються.

Ці елементи так званої ринкової економіки не зустріли належного опору з боку держави, професійних асоціацій холодильщиків, технологів та інженерів. До того ж представництва фірм, користуючись моральною нестійкістю і низькою профпридатністю фахівців і чиновників, переманили їх на свій бік. Інтенсивно використовуються навіть прості методи впливу і введення в оману:

так, дуже багато інженерів вважають, що холодильний коефіцієнт і COP – це одне і те ж, чим успішно користуються продавці енергетично недосконалого холодильного обладнання. Інший приклад: успішно, без належного опору і обґрунтування нав'язується думка, що фреонові холодильні системи більш досконалі порівняно з аміачними та не потребують проектування для їх обладнання.

Фінансові можливості та рівень оплат інженерного персоналу в іноземних представництвах та комерційних фірмах значно перевищують рівень середніх зарплат в Україні, що дає змогу переманити у ці компанії кращих на ринку праці фахівців і поставити їм завдання просувати обладнання та холодильні системи і відпрацювати винагороду. Під поняттям «кращі» часто мається на увазі не професійна придатність, а якості, необхідні продавцю. Часто в холодильні компанії притягуються не профільні фахівці, а фахівці суміжних напрямів – теплотехніки, електромеханіки, автоматизації технологічних процесів тощо, або ж молоді фахівці. Їх легше переорієнтувати під завдання продажів і просування продукції, у них немає професійного сумніву. Серед молоді легше знайти ентузіастів чи зробити її такою. Ентузіазм впливає на покупців та інвесторів, оскільки це один з найсильніших інструментів маніпуля-



тивної психології, без якого діяльність продавців неефективна. Ніякі рекламні хитрощії чи друковане слово не зрівняються з вірою продавців, які з ентузіазмом говорять про обладнання та його переваги. Якщо продавець-ентузіаст – не професіонал, то покупець та кінцевого споживача з великою вірогідністю чекає пастка, втрата інвестицій і часу. Якщо політику в холодильній галузі визначатимуть саме продавці неякісного обладнання та послуг, виконуючи ретрансляційну функцію програм маркетингу, то холодильна галузь вимушена буде перехворіти усіма дитячими хворобами, перш ніж дійсно сформулюються ознаки ринково-планової економіки.

Оптимістичні прогнози ряду керівників, що іноземний виробник підніме технічний і технологічний рівень оснащення холодиль-



Ентузіазм впливає на покупців та інвесторів, оскільки це один з найсильніших інструментів маніпулятивної психології

ного господарства їх підприємств і країни в цілому на нову сходинку, не завжди виправдовуються. Під впливом демпінгу цін, навіювання, маніпуляцій, а також, на перший погляд, вищого, проте не завжди підтвердженого рівня досконалості обладнання і сервісного обслуговування вітчизняний виробник остаточно «засів у окопах». Ще трохи – і він, непідйомний і безініціативний, але з великими заслугами і потенціалом надійності, самоліквідується від старості й непотрібності. Ми дійшли до того, що всю комплектацію, і навіть ресивери і трубопроводи холодильних систем, до нас завозять з-за кордону, оскільки вони частіш за все більш якісні та дешеві, а представники іноземних та комерційних компаній – успішніші продавці порівняно з управлінцями вітчизняних неперворотних виробничих підприємств.

Чесні та професійні інженери розгублені та хочуть зрозуміти, як наявні тенденції ринку обладнання визначають майбутній розвиток холодильного господарства їх підприємств, у який бік дивитися, як реалізувати технічну і технологічну політику. Їх практичний досвід і відчуття ситуації підказує, що щось не так, але тенденції самообману в середовищі інвесторів, що затверджуються, не дають їм змоги достукатися до більшості директорів і власників виробництва, які вже перебувають під впливом і контролем систем продажів обладнання великих корпорацій, яскравих виставок за кордоном, набору термінів і цифр, яких вони часто не розуміють. Вони, інвестори, – вже співучасники системи маніпулювання, без них продавці

низькоякісного обладнання і неефективних холодильних систем під ключ – ніхто. Проте інвестори з причин браку часу і недостатньої професійної підготовки безсилі протистояти цій системі, хоча й самі успішно використовують подібні методи для просування продукції своїх виробництв. Їх наймані менеджери з управління і технічні фахівці перебувають у полоні своїх особистих інтересів і тих же самих технологій впливу, маніпулювання і навіювання, до того ж вони бояться суперечити вольовій думці інвестора.

Дійсно, в центральних офісах великих корпорацій і фірм, що виробляють і продають холодильне обладнання та системи, працюють профі, серед яких є ті, що часто хочуть різними методами підірвати здатність українських інженерів до самостійного мислення, зробити їх «складальниками пазлів». Ці профі працюють тільки над великими проектами, які будуть визначати імідж та репутацію їх компаній. Споживачі ж залишаються без захисту, під впливом продавців та комерційних програм вибору обладнання. Серед методів впливу – неповна технічна інформація про обладнання, прихований зміст програм його розрахунку й вибору, користуючись якими інженер стає повністю залежним від інформації розробника і безпорадним без комп'ютера. А хто вони – ці закулісні впливові фахівці, де їх кваліфікаційні сертифікати? Що вони побудували і створили? На кого вони працюють – на споживача чи виробника? Проте не потрібно думати, що вони – профі, всемогутні і всезнаючі. Вони агресивні в своїх намірах на ринку, але без-

силі перед професіоналізмом і якісною інженерною роботою незалежних холодильних компаній, консультантів, проектних організацій. Техніко-економічні обґрунтування, передпроектні рішення, якісно проведені тендери і проектування допомагають уникнути грубих технічних, технологічних і фінансових помилок, відійти від впливу маніпуляцій і навіювання, від ідеї, що продавці завжди і краще знають, що потрібно покупцеві. Хижацькі стратегії продажів ідеально налаштовані на вітчизняних інвесторів, але вони також не бездоганні. Зазвичай якщо продавець-хижак зустрічає профпридатного інвестора, він дуже швидко приймає рішення піти на інший об'єкт, адже багато заробити не вдасться.

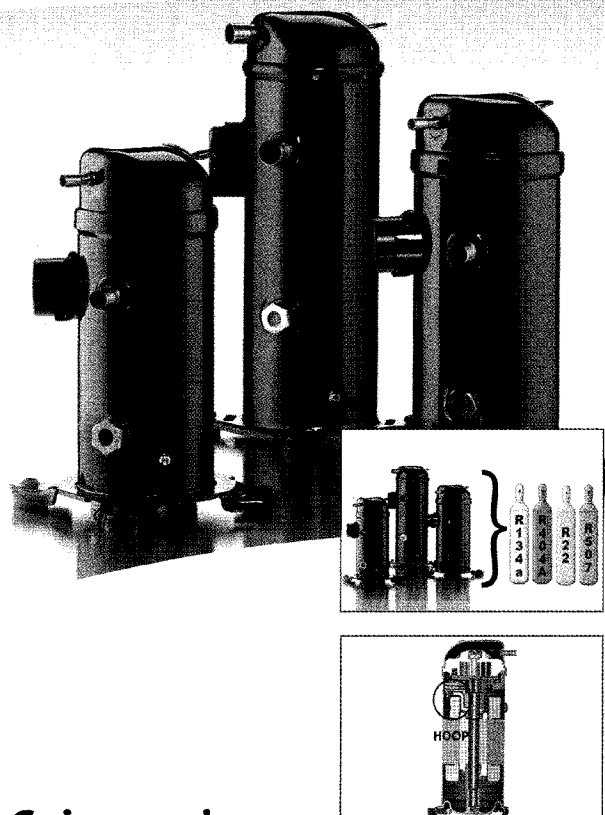
Отже, фахівці тонуть в океані комерції, їх завалюють спамом, пропозиціями телефонного маркетингу, рекламними факсами і непотрібною рекламою. Водночас освітніх професійних незалежних програм майже немає, навчальних посібників і курсів підвищення професійної класифікації теж, професійні асоціації перетворилися на клуби тих, хто просто заробляє, і не виконують свої основні функції, незалежні або державні рейтинги якості холодильного обладнання і систем у країні відсутні. Кількість книг з підготовки продавців та успішних підприємців значно перевищує кількість фахових видань у сфері холодильної технології та техніки, в яких, до речі, друкуються витяги з радянських підручників для технікумів чи рекламні корпоративні проспекти. Про якість наповнення наукових та періодичних видань краще не говорити. Головне – знижується якість і кількість об'єктивних думок серед фахівців холодильної техніки. У результаті маємо низький рівень обізнаності фахівців, керованих за допомогою різних методів впливу. Правдива інформація часто замінюється напівправдою, прихованою корпоративною, професійною підготовленою і відточеною рекламою.

Такі тенденції спостерігаються з кінця минулого століття. Ті нечисленні інженерні кадри, які уцілили від вторгнення маніпуляційних методів ринкової економіки в технічні і технологічні сфери діяльності, не можуть безперервно стояти на варті правильних інвестиційних рішень, тим більше що інвестори проектів з причини нерозуміння проблеми належним чином цю роботу не оцінюють. І теза: «Хто їм (інвесторам) доктор?» – у середовищі професіоналів все

частіше на слуху. А чесні й висококласні фахівці завантажені роботою, до них створюється черга на півроку. Сьогодні потрібен довший тривалий час, який розставить все по своїх місцях.

Ті, хто потрапив під прес впливу і навіювання, придбав «блискуче, красиве і дешеве», вже усвідомили, що без якісної інженерної проектної роботи інвестиційні проекти частіше за все успіху не мають. Вони потрапили у вир: обладнання і холодильні системи виявилися енергоємними, якісно не вирішують завдання технологічного процесу, про що складно зізнатися навіть самим собі; поставлені технологічні завдання розв'язуються ступінчасто, у міру виникнення проблем і з наростанням інвестиційних витрат; термін експлуатації несподівано виявляється коротким. Теза: «Створюється суспільство споживачів» – на практиці виправдовується. Дійсно, виробники цілеспрямовано створюють таку продукцію, без якої споживач не може обійтись, проте паралельно вирішуються завдання, щоб ця продукція забезпечила достатні заробітки за рахунок технічного обслуговування, навмисно скороченого терміну експлуатації, продажу запасних частин чи сервісного обладнання та ін. Подивіться в себе вдома, скільки нікому не потрібних зарядних пристроїв до телефонів ви уже накопичили! Здавалося б, зупинитися, звернутися до того, що було, – традиційних схемних рішень і якісного, надійного промислового холодильного і технологічного обладнання, до потенціалу, знань і досягнень попередніх поколінь технічних фахівців та планового господарювання, адже держава була серед світових лідерів у обладнанні систем штучного холоду! Але на підприємствах втрачена інфраструктура, немає кваліфікованого обслугового персоналу і проєктантів, втрачена спадкоємність поколінь, професійно придатні фахівці перейшли в інші сфери діяльності, де краще оцінюється праця, або створили свій бізнес. До того ж вартість послуг класичного повноцінного проєктування і створення систем надійного холодозабезпечення інвестору, як і раніше, здається невинувато завищеною, сумірною з його витратами, наприклад, на особистий автотранспорт. Не знаючи тонкощів створення робочої проектної документації, інвестор не довіряє державним розцінкам на цей вид послуг. У результаті добротна проектна робота замінюється послугами «кваліфікованого» консультанта, який здебільшого не має належного досвіду створення якісних об'єктів і власного успішного та сталого бізнесу, але визначає технічну політику цілих корпорацій. Цей вир зумовив десятки судових розглядів між замовником і виконавцем, нечисленні незалежні експерти не встигають обстежувати об'єкти суперечок і брати участь у судових засіданнях. Хто ж протистоятиме реалізації неякісних проєктів, обладнання і холодильних систем?! Адже за всі невдачі інвесторів зрештою платить кінцевий споживач, а проєкти з обладнання систем і технологій штучного холоду потребують великих інвестицій.

Вважається, що якщо є такий різновид холодильного обладнання, систем і холодильних агентів, то є умови, де вони мають переваги. Але чи це так? Чи не є це результатом успішних маніпуляцій і навіювань з метою реалізації комерційних проєктів і збагачення власників великих корпорацій? Приклад тому – десятирічна історія розв'язання проблем з фреонами, мільярди доларів інвестицій у їх рішення і відсутність успіху для світової спільноти і кінцевого споживача, адже кожен кілограм фреонів тепер коштує декілька десятків гривень. Проте склався успішний бізнес з виробництва і продажу нових фреонів, тоді як аміак, вітчизня-



Спиральні компресори серії MLZ для холодильних середньотемпературних застосувань

Відмітні характеристики

- Простота та надійність конструкції
- Висока енергоефективність
- Можливість використання однієї моделі з різними типами холодоагентів: R22, R404A, R507, R134a
- Низький рівень шуму
- Компактні розміри

Холодопродуктивність:

від 4,8 кВт до 17,3 кВт

($T_{\text{хвп.}} = -10\text{ }^{\circ}\text{C}$, $T_{\text{конд.}} = 45\text{ }^{\circ}\text{C}$, SH = 20K, SC = 0K) для R404A

від 4,2 кВт до 16,6 кВт

($T_{\text{хвп.}} = -10\text{ }^{\circ}\text{C}$, $T_{\text{конд.}} = 45\text{ }^{\circ}\text{C}$, SH = 20K, SC = 0K) для R22

Унікальною особливістю компресора MLZ є запатентований захист від перегріву масла HOOP, який забезпечує швидку реакцію внутрішнього теплового захисту на перегрів двигуна, що мінімізує ймовірність виходу з ладу компресора по причині згоряння двигуна та збільшує термін його роботи.

«Данфосс ТОВ»:

Україна, 04080,
м. Київ, вул. В. Хвойки, 11
Тел.: 0(44) 4618700
Факс: 0(44) 4618707

www.danfoss.ua



Єдиний спосіб протистояти просуванню неякісних технічних рішень – гласність

ний, дешевший і більш досконалий з термодинамічної та енергетичної точки зору, цілеспрямовано принижується не тільки в продуманих технологіях маркетингу та систем продажів, а й з боку наглядових державних організацій. Підмогою для системи маніпуляцій стали дії державних чиновників. Їх інтереси роздвоюються. З одного боку, об'єкт нагляду, наприклад аміачна холодильна установка, є годувальником і забезпеченням їх робочого місця, а з іншого – потенційною небезпекою надуманих техногенних аварій з необгрунтовано завищеними прогнозованими наслідками, які можуть призвести до проблем для спокійного існування чиновників. Він, чиновник, тимчасовий виконавець намірів невизначеного напрямку, озброєний безліччю вимог нормативно-технічної документації і законодавства України, не має об'єктивної думки про проблему і, завзято захищаючи свої, а не державні інтереси, атакує керівників і власників підприємств приписами про порушення. Таким чином власника стимулюють піддатися впливу, відійти в розвитку виробництва і технологій на кілька років назад під впливом масової реклами та обладнати далеко не кращі з технічної і технологічної точки зору холодильні об'єкти, іноді свідомо, з надією на кращі часи.

Сподіватися на державну політику в захисті споживачів холодильного обладнання складно, оскільки чиновники в принципі не розуміють, як виробляється штучний холод і скільки це коштує. Єдиний спосіб протистояти просуванню неякісних технічних рішень і розвитку фірм з підмоченою невдалими проектами репутацією – це, як не дивно, гласність. Хотілося б, щоб інвестор вчився на чу-

жих помилках, щоб чесна інформація про невдалі проектні рішення і неякісне обладнання очистила ринок від маніпуляцій, непрофесіоналізму і неправди.

Сплеск емоцій породив безліч невдалих інвестиційних проектів в Україні. Інвестори навіть не підозрюють про свої значні втрати. Вони зазвичай страждають двічі: по-перше, від необгрунтовано завищених цін на обладнання сумнівної якості, по-друге, від значних експлуатаційних витрат неефективної, ресур-

соемної та ненадійної холодильної системи і високих технологічних ризиків. Є численні прецеденти, коли декілька днів простою холодильної системи приносили такі збитки власникам, які значно перевершували її вартість. Де ж і в чому економія?! Все б нічого, але помилки і втрати інвесторів компенсує кінцевий споживач послуг і продукції, тобто ми з вами.

Щоб бути успішним продавцем, мало чарівності та психологічних тренінгів, потрібно бути хорошим професіоналом, а фахівцеві-холодильщику бажано мати ще й другу економічну освіту. Але такий підхід зазвичай реалізується у країнах із стабільною ринковою економікою. В Україні спостерігається абсолютно інший підхід: дженгльменський набір продавця – іноземна мова, водійське посвідчення, комунікабельність, вік, сумнівний досвід підприємницької діяльності, трохи професійних знань і щира впевненість в тому, що продаєш «краще», яка з'являється під гіпнотичною дією корпоративних тренінгів, екскурсій на завод-виробник, різноманітної стимуляції і навіювання. Система продажів, запозичена з різних галузей, разом з хорошими комунікативними здібностями продавця, найчастіше діє бездоганно. Можна успішно продати обладнання та холодильні системи будь-якого рівня досконалості та якості, накручуючи сніжний ком недоцільних інвестицій, обмежуючи перспективи розвитку підприємств і держави, надуваючи мильні пузири світлого та успішного майбутнього. Щирість намірів, серйозність і навіть чесність можуть стояти за тим, що говорить успішний продавець, коли продає

недосконале обладнання та послуги, адже він може бути професійно не підготовлений, у нього немає професійних сумнівів, він відпрацьовує платню. Як розібратись у ситуації? В Україні поки створено одиниці якісних сучасних холодильних систем, холодильна галузь швидко старіє. Іноді іноземні, частіше європейські, інвестори все ж таки приносять в Україну якісні високотехнологічні зразки холодильних систем і технологій під ключ. Але цього дуже мало в масштабах держави, до цих систем і технологій обмежено вільний доступ, адже власники, які хочуть заробити і завоювати ринок, проти розповсюдження і тиражування корпоративних знань, технологій і технічних рішень.

З іншого боку, всі зазначені проблеми мають нас радувати: це старт до одужання! Ретельний аналіз ситуації допомагає виявити той дивний факт, що все йде на краще. Потрібно обпалити палець, щоб знати, що сковорода гаряча, потрібно фінансово постраждати, загальмувати в розвитку і відкотитися назад чи стати прикладом невдалого бізнесу для інших, щоб спільнота інвесторів і власників усвідомила, що інженерну працю треба цінувати, що професійний інженер не може якісно працювати за гріш – він перейде в іншу сферу діяльності, що будь-який інвестиційний проект не може якісно реалізуватися без ТЕО, тендерів на постачання обладнання, якісного робочого проектування, технічного і авторського нагляду за проведенням будівництва й монтажу. Це визначається не тільки здоровим глуздом, але й вимогами дійсної НТД та законодавства України. І в цьому ланцюжку престижна для молоді професія – продавець обладнання – далеко не головна, головною є якісна і чесна робота технічних спеціалістів – професійних інженерів.

Мабуть, ви чекали рецептів виходу з ситуації. Проте рецепт в кожного буде свій; комусь потрібно підвищувати кваліфікацію, комусь – вести бізнес з чесними та професійними партнерами, комусь – ознайомитися з методами маніпулювання та впливу, комусь – шукати виправдання своїм помилкам і нечесності, а комусь рецепт зовсім не потрібний, їх стихія – саме введення в оману та заробляння.

Фахівці галузі холодильної техніки і технологій, давайте оберігати наше поле діяльності та інтереси від маніпулювання, впливу, навіювання, адже в цьому всі ми, як кінцеві споживачі, дуже зацікавлені. Чим раніше ми усвідомимо загальну проблему, тим легше буде видужувати!

