

Квантованная мечта

Сокровенная мечта проявляется через ограничения — она самовыражается через скрытые мысли и видимые символы. Мечта блуждает (хаос) и скачет (квантование): от мысли к мысли, от слова к слову, от момента к моменту, от места к месту, от человека к человеку, от коллектива к коллективу. Мечта видна через прерывистость — в противном случае ее не выразить, не идентифицировать. Чтобы эту прерывистость увидеть, нужны ресурсы сил и времени, которые, как обычно, ограничены. Поэтому прерывистость мечты обладает некоторой ограничительной «сверху и снизу» мерой неопределенности. Мечта квантуется.

Время жизни квантованной мечты ограничено. Мечта существует до момента своего выражения или достижения — после этого она улетучивается. Как только мечта рыночного потребителя записана словами, она превращается в контрактное обязательство, грубеет и... гибнет, уступая место другой, более глубокой мечте или обязательству. О мечте одного разные люди думают по-разному. Она индивидуальна. Можно потратить энергию и время на исследование мечты человека или группы людей, но мечты нескольких людей нельзя усреднить с помощью арифмометра — мечта индивидуальна для каждого субъекта (даже если он коллективный).

Как утверждают великие ученые, отсутствие непрерывности и, следовательно, определенности, в природе было навязано нам против нашей воли. Сама природа отвергает непрерывное описание, и этот отказ не имеет ничего общего с апориями математиков (2, 3). Наша беспомощность перед лицом неизведанного, неопределенного сочетания прерывного и непрерывного — вечный спутник жизненного пути, но «только безнадежные дела стоят того, чтобы за них сражаться» (4).

Неизбежная полемика ученых и практиков относительно свободы воли и необходимости, высвечиваемой одними через разум и метафизику, без которой буксует неустойчивое познание, а другими — через мистическую и недостижимую глубину познаваемого, в нашем рассмотрении откликается квантованием мечты, сочетающей в себе логику, прерывистость и неопределенность.

Александр РАЙКОВ

Метафизика мечты



Чтобы определить мечту человека, надо остановить мгновение: выразить мечту словами, графикой, мимикой или жестом. Тогда наступит момент истины, когда мечта сможет стать источником желанного улучшения ситуации, синергетического объединения усилий различных людей. Залогом синтеза решений и действий становится квантование мечты — в процесс осмысления ситуации вмешивается ее специфический анализ —

разделение целого, состоящего из слов, мыслей, чувств и трансценденций, на части. Деление порождает чувство ответственности одного человека перед другим. Чувство ответственности, видно, обречено проявляться в дуальной доступности скрытого, ибо только обязательства одного человека перед другим или самим собой хоть чего-то стоят. Квантованность мечты порождает жизненную рельефность и успешное действие. Изолированное же хаотичное явление, сформированное коллективным наложением жела-

ний людей при проведении бесцельного обсуждения какого-нибудь вопроса, может слишком затянуться и закончиться ничем ($dV/dt > 0$). Через отделение различных желаний в группе людей квантованность помогает зародить осмысленность их совместных действий, трансформируя скачкообразным образом индивидуальное влечение каждого в группе людей к единой миссии для всех. В этих условиях индивидуальная мечта живет своей частично определенной жизнью —

чем более четко человек высказывает словами свою мечту, тем дальше он отдалается от своих глубинных чувств, тем глубже прячет скрытые трансцендентные слои своей мечтательной сущности.

В этих условиях стоит осторожно предположить, что поведение неизведанных потребностей участников рынка третьего типа, где все большую задающую роль играют



желания потребителей услуг, может быть описано с некоторой степенью адекватности в виде системы, напоминающей квантово-динамическую. Для такой системы:

1. В оценке состояния и исследовании потребностей (мечты) потребителей услуг может помочь закономерность, напоминающая принцип неопределенности Гейзенберга (принцип неопределенности мечты).
2. При сильном давлении на формирование мечты внешних обстоятельств (внешнее поле) в оценке

- тенденций создания коллективной мечты может помочь соотношение, напоминающее уравнение Шредингера для множества тел;
3. Измерения потребностей (мечты) потребителей (маркетинговые исследования) вмешиваются в их поведение, желания и предпочтения и влияют на них.
 4. Оптимальное управление в таких условиях допускает возможность включения неразрушающих процессов исследования.
 5. Неравновесные состояния рынка третьего типа в целом включают диссипативные процессы (наведение порядка в хаосе), прерывающиеся в точках неустойчивости (бифуркации).

Как только мечта рыночного потребителя записана словами, она превращается в контрактное обязательство, грубеет и... гибнет, уступая место другой, более глубокой мечте или обязательству.

О последнем из перечисленных предположений говорилось в предыдущем пункте настоящей статьи. Третье и четвертое предположения, в отличие от микромира, для рыночного макромира достаточно очевидны. Остановимся на начальной интерпретации первого и второго предположений.

Согласно первому предположению, процесс квантования мечты подчиняется закономерности $\Delta E \Delta t \geq \rho$, где ΔE и Δt — то, что мы интуитивно понимаем под неопределенностью, соответственно, энергии и времени существования мечты, ρ — постоянная, определяющая минимально необходимый «порог» усилий для идентификации, оценки проявления мечты. Принцип неопределенности мечты можно также рассматривать как соотношение между неопределенностью положения мечты (в словах, мыслях, чувствах, трансценденциях) и ее «импульса» (направленной скорости распространения и формальной весомости).

В приведенной интерпретации «энергию» мечты (E) можно определить с точностью, не превышающей $\rho / \Delta t$, где Δt — длительность времени существования мечты, а ρ — постоянная, определяющая минимальный порог потребностей в энергетических ресурсах (интеллектуальных, финансовых, материальных и пр.), необходимых для проведения исследования. Чем меньше времени на исследование, тем больше усилий и ресурсов требуется для выявления потребности (мечты) — «срочная работа», как правило, более рискованна относительно качества результата и существенно дороже стоит. Причина нену-

левого значения ρ — в необходимости разработки и использования соответствующей методики исследования, сложной организации взаимодействия исследователя с исследуемым (потенциальным потребителем), выбора адекватных ресурсов и знаний. Значение ρ для каждого типа рынка свое (в отличие от постоянной Планка в неопределенности Гейзенберга). Если для первого типа рынка (сильно монополизированного) значение ρ можно принять равным нулю, то для второго типа рынка, когда роль маркетинговых исследований существенно возрастает, ρ имеет уже явно видимое значение. Так, исследование (и обработка результатов) потребностей стабильного сегмента рынка может занимать несколько месяцев, а ресурсы, на него затраченные, — миллионы рублей. В результате исследования мечты потребителя может быть выработана соответствующая стратегия, план ее реализации и другие весомые менеджериальные продукты.

Для третьего типа рынка величина ρ , скорее всего, имеет существ-

венно меньшее значение, чем для второго типа рынка. Это вызвано тем, что при флюктуирующей потребности нужны оперативные венчурные (рисковые) решения. Величина ρ для этого типа рынка определяет порог затрат времени и средств на проведение исследования потребностей (мечты), ниже которого риски будут считаться неоправданными. Например, исследование можно свести к проведенному по специальной методике быстрому экспертному опросу представительной выборки потребителей, мозговой атаке группы экспертов, автоматической обработке накопленной статистики — подобно техническому анализу на фондовом рынке. Тогда время исследования может составить от нескольких секунд до нескольких часов, а оперативно затраченные ресурсы — незначительные. Правда, риски реализации управленческих решений в этом случае существенно возрастают, а инвестиционные вложения в создание маркетинговой инфраструктуры также могут оказаться несоизмеримо большими (по сравнению с первым и вторым типами рынков).

Второе из перечисленных предположений относительно квантово-динамической природы рынка носит сугубо гипотетический характер. Вместе с тем оно помогает интерпретировать ситуацию с динамикой распространения мечты в условиях флюктуирующего рынка под давлением внешних обстоятельств (глобализация, информатизация, доступность услуг и пр.). Мечта под воздействием этих обстоятельств как бы двигается во внешнем поле и, следовательно, имеет потенциальную энергию $U(x, t)$. Тогда уравнение, определяющее функцию распространения мечты, будет иметь вид, напоминающий уравнение Шредингера:

$$i\rho \frac{d\Psi(x, t)}{dt} = H(x, t) \Psi(x, t),$$

где i — мнимая единица, $\Psi(x, t)$ — функция, описывающая распространение мечты, $H(x, t)$ — некото-

рый оператор (в оригинале — гамильтониан), определяющий динамику распространения мечты с учетом потенциальной энергии действующего на нее поля, зависящий от «весомости (массы)» мечты и константы ρ . Это выраженные позволяет делать качественные выводы относительно проявления мечты.

Так, если потенциальная энергия мечты (полученная под давлением внешних обстоятельств) не зависит от времени и является только функцией измеряемых переменных геометрической природы, то вышеприведенное уравнение будет иметь следующий стационарный вид:

$$E\Psi(x) = H(x) \Psi(x),$$

где E — полная энергия мечты, не зависящая от времени. Предположим, что на потребительское поведение (мечту) какого-то контингента людей, имеющего определенный уровень доходов или состояния $b \leq x \leq a$ (переменная геометрической природы), давление каких-то определенных внешних обстоятельств (например, жажда стать знаменитым, суетные искушения, глобальные инициативы и др.) особо не влияет, т.е. $U(x, t) = 0$. Например, это люди, которые могут позволить себе сказать: «И зачем человеку деньги?» Например, такими людьми могли бы быть в некотором смысле самодостаточные люди: гималайские медитирующие монахи, трудоголики, «кулибины», крупные ученые или даже очень богатые люди.

Поглядим на список богатейших бизнесменов России, подобравшихся, но еще не взойдящих на вершину Forbes 100 (5), скажем занявших в списке 2–10 места. Судя по отдельным интервью, денежный стимул для них — это не главное! Поверим на мгновение в такие откровения, тогда $U(x, t) = 0$. В этом случае для остальных счастливых списка, наоборот, $U(x, t)$ может быть очень велико: занимающий первое место

особо популярен и находится под особо пристальным воздействием внешних факторов (политиков, прессы); у не вошедших в первую десятку — не все еще потеряно и могут быть большие денежные амбиции.

Решая последнее из приведенных выше уравнений, можно показать, что в этом случае энергия мечты E для участников списка, занимающих с 10 по 2 места, принимает дискретные, квантованные значения энергии:

$$E_n \approx n^2 \rho^2 / ml^2,$$

где n — номер позиции в списке при расположении участников по возрастанию состояния, m — «весомость (масса)» мечты, l — длина интервала $b \leq x \leq a$. Как видно из



этой закономерности, энергия мечты зависит квадратично от места в списке (n), а разность значений энергии мечты соседних позиций — линейно. Этот квантовый вывод, как можно заметить, неплохо согласуется с известной закономерностью рангового распределения смесей (закономерность Цифа, рис. 1), дополняя последнюю новой — квантовой — интерпретацией. Таким образом, у богатейших людей энергия мечты оказывается квантованной, а ее спектр — дискретным.

Для группы богачей, приближающихся к вершине «Золотой сотни» (исключая первое место), на деловое поведение не влияет (как они говорят в интервью — или допустим на секунду) фактор обогащения

($U(x,t) = 0$). Тогда дистанция между энергиями мечты соседних представителей сотни линейно растет с приближением к вершине. Совет: хочешь быть еще более богатым, мечтай об этом с возрастающей энергией.

Особое место в этой закономерности занимает «самый-самый» (первое место в списке). Отрыв энергии его неумной мечты явно не подчиняется линейной закономерности ($U(x,t) \neq 0$): государственные заботы имеются серьезные, чрезмерная популярность обязывает, могут интриговать зарубежные достижения в безостановочной гонке состояний. По всей видимости, включая метафизическую, в век hi-tech, инноваций и корпоративной социальной ответственности бизнеса

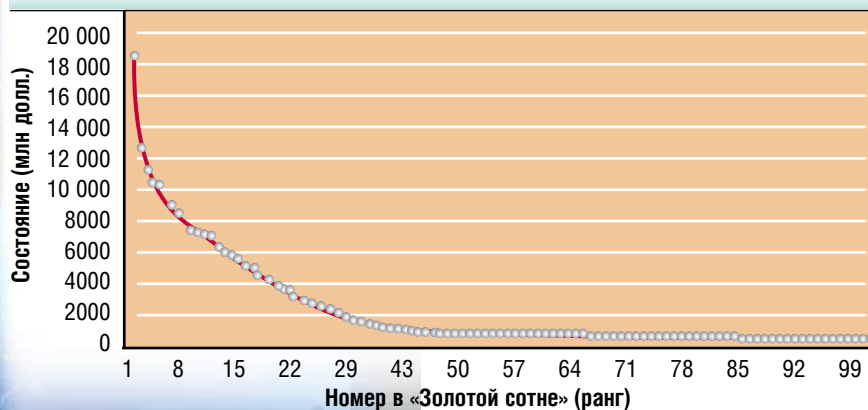
личных представителей динамически сегментированного рынка. Для этого может подойти хаотическая и квантовая парадигма.

Фундаментальные закономерности хаотических систем в сочетании с прагматической силой квантовых динамических вычислений позволяют оценить важность и актуальность тех или иных управляющих действий политика и менеджера на быстро флюктуирующих рынках. Так, с помощью этих инструментариев можно упредить тщетность предпринимательского планирования без учета мечты, застраховаться от безнадёжности получения долгосрочного результата при продаже имущественного комплекса без включения в него прав и обязанностей мечтающих потребителей, умалить неэффективность разработки административных регламентов в органе власти без создания систем управления мотивацией (мечтой) государственных служащих.

По всей видимости, чем большую роль в предпочтениях потребителей на рынках играет неизбывная мечта, чем сильнее проявляются особенности и тенденции флюктуирующих рынков, тем больше будут востребованы инновационные метафизические парадигмы для оценки загадочных явлений ментального царства.

Рисунок 1

Ранговое распределение состояний клуба «Золотой сотни»



одними линейными усилениями мечты для достижения очередного золотого рубежа здесь явно не отделаешься.

Заключение

Тенденцию развития умения освободить волю от искушающих потребительское поведение мотивов, от власти суетных эгоистических желаний невозможно предсказать, но можно спрогнозировать необычным образом. В рыночном мире для этого стоит воспользоваться метафизической интерпретацией эмоционального поведения потребителя, определения побуждающего влияния на это поведение загадочной мечты раз-

Примечания

1. Райков А.Н. Строим корпоративный стратегический субъект // Информатика и бизнес. 2003. № 1, с. 41–45.
2. Шредингер Э. Наука и гуманизм. Ижевск: НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика», 2001. — 64 с.
3. Дирак П.А.М. Воспоминания о необычайной эпохе: Сб. статей: Пер. с англ. / Под ред. Я.А. Смородинского. М.: Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1990. — 208 с.
4. Райков А.Н. Лепесток опоры, или Философия решений. М.: Вест-Комьюни케이션, 2005. — 128 с.
5. Forbes. Специальный выпуск. 100 богатейших бизнесменов России. Май, 2006.

