УДК 334.72

Барков Сергей Александрович – д-р социол. наук, профессор, зав. кафедрой социологии организаций и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (г. Москва). *E-mail: barkserg@live.ru*

С.А. Барков
S.A. Barkov

Жизненный цикл организации и национальные бизнес-культуры

В разных странах различные типы организаций составляют основу экономической системы. Иногда это разнообразие объясняется благодаря теориям жизненного цикла организаций, где различные их типы соответствуют стадиям развития бизнеса. При этом, вершиной такого развития становится англосаксонская корпорация, находящаяся во владении множества миноритарных акционеров и управляемая квалифицированными менеджерами. На основе критического анализа данных теорий и реальной практики бизнеса автор приходит к выводу о невозможности располагать типы организаций, доминирующих в разных странах, в соответствии с критерием «высший – низший». Разнообразие типов организаций объясняется особенностями истории и уникальными институциональными контекстами развития разных стран: России, Китая, Италии, США и др.

Life cycle of the organization and the national business cultures

In different countries, different types of organizations constitute the basis of the economic system. Sometimes this variety is explained by the proponents of the life cycle theories, according which different types of organizations are simply different progressive stages of business development. In this case, the apex of this development is the Anglo-Saxon corporation owned by a plurality of minority shareholders and managed by professional managers. Based on a critical analysis of these theories and real business practice the author comes to the conclusion that it is impossible to apply the criterion "high-low" to the types of organizations dominating in different countries. The global variety of organizations is explained by the unique history and the peculiar institutional context of the national development. The cases are Russia, China, Italy, USA and others.

Keywords: *organization, corporation, business culture, life cycle, evolution, business, family business, corporate governance.*

Ключевые слова: *организация, корпорация, деловая культура, жизненный цикл, эволюция, бизнес, семейное предприятие, корпоративное управление.*

В истории науки существуют множество теорий, объясняющих природное и социальное разнообразие. Особую когорту среди них составляют эволюционные концепции, представляющие различные виды и типы какого бы то ни было явления как стадии его развития. В середине XIX в. Ч. Дарвин буквально «заворожил» научный мир стройностью и логичностью своей теории. Почти сразу возникли попытки перенести принципы этой теории на людей и общество. Какие-то из них были неудачными как с точки зрения инновационности, так по этическим аспектам исследования. Другие оказались весьма яркими и даже сумели повлиять на общественную жизнь в самых разных ее проявлениях. К таким, несомненно, относятся: эволюция общественно-экономических формаций К. Маркса – от первобытнообщинного строя до коммунизма; и теория смены стадий психосексуального развития личности З. Фрейда – от оральной до генитальной.

Не осталась в стороне от эволюционной методологии и теория управления. В рамках исторической эволюции хозяйственных отношений разные страны выработали специфические экономические порядки, для которых характерно доминирование различных типов организаций. Во множестве слаборазвитых стран доминирующее положение играют малые предприятия и даже «микробизнесы». В то же время, в России такие гиганты, как Газпром, РЖД, Сбербанк однозначно являются системообразующими элементами экономики. Кроме размера, принципиальное значение имеют внутреннее строение и принадлежность организации тем или иным собственникам. Разобраться в этой многоцветной палитре экономических систем достаточно сложно, еще труднее выстроить некоторые причины данного разнообразия. Здесь и оказалась востребована эволюционная концепция, преобразившаяся в данном случае в многочисленные теории жизненного цикла организаций.

Эти теории, активно используемые в менеджменте и управленческом консультировании, выстраивают некую идеальную траекторию развития организации. При этом, почти все из них говорят о том, что отдельные организации могут задерживаться на различных стадиях жизненного цикла. Высшим типом организации, к которому якобы однозначно стремится траектория жизненного цикла, чаще всего оказывается традиционная англосаксонская корпорация. Существуют множественные теории жизненного цикла компании, показывающие, как она достигает подлинно корпоративного качества, при котором все владельцы становятся исключительно инвесторами, исчезают мажоритарные акционеры, а сама организация целиком подпадает под власть квалифицированных менеджеров. И этому есть простое

объяснение: авторы этих концепций, как и большинства теорий менеджмента, американцы или ученые, ориентированные на активное использование именно американского опыта для объяснения закономерностей, а затем и регулирования развития бизнес-организаций.

Как и любые модели, концепции жизненного цикла всегда исходят из определенных допущений. Главное допущение в данном случае – это ориентация на поведение человека по сценарию homo economicus, разработанному еще А. Смитом. Человек стремится к максимизации дохода при минимизации усилий для его получения. Понятно, что в такой сценарий на практике вмешиваются эмоции, традиции, механизм подражания и многие иные факторы. Еще более важными выступают институциональные факторы, связанные с историей страны, ее культурой и особенностями взаимоотношений между людьми. Именно такие факторы заставляют организации в отдельных бизнес-культурах задерживаться на определенных стадиях и не идти вперед по идеальной траектории развития. Такой подход может стать одним из возможных в объяснении различий в экономическом значении разного типа организаций в разных странах. Видимая нейтральность и абстрактная логика данного подхода вроде бы создают из него возможную объективную методологию социально-экономического анализа. Но не стоит забывать, что теории жизненного цикла, как и все эволюционные концепции, оперируют такими понятиями, как «высшие» и «низшие», «развитые» и «неразвитые» (или еще «недоразвитые»), «отклоняющиеся» («тупиковые ветки») и «мейнстрим» (идущие правильным курсом). Правильно ли будет применять такие понятия к организациям в разных странах? Возможно ли вообще выстроить единую логику развития коммерческих организаций, невзирая на их принадлежность к определенным национальным бизнес-культурам? Ответам на эти и множественные сопутствующие вопросы и посвящена настоящая статья.

Раскрывая логику моделей жизненного цикла с точки зрения последовательно сменяющих друг друга форм организации бизнеса, можно выстроить следующую цепочку. Предприятие в идеале возникает как индивидуальное. По нормам социально-экономической статистики такие предприятия часто попадают в графу «семейные», но это только статистическое допущение, скрывающее истинное положение дел. Такая ситуация возникла исторически и, по всей видимости, в связи с тем, что долгое время жены не работали. Тем самым, если муж открывал дело при том, что жена даже не принимала в нем участие, то доход от бизнеса шел на содержание всей семьи. По этому признаку предприятие считалось семейным. Сегодня, когда в значительном количестве семей (или, если так можно выразиться, в современной идеальной семье) оба супруга работают причем, эти работы ничем не связаны друг с другом, в мире действуют миллионы свободных агентов (фрилансеров) [1], предпочитающих работать поодиночке, недостатки

данного допущения становятся особенно очевидными. Семья, состоящая из двух свободных агентов, может образовывать два индивидуальных предприятия, никак не связанных друг с другом. Лучший пример такого положения вещей – семья видного английского гуру? менеджмента Ч. Хэнди [2], где муж занимается консалтингом и написанием книг по бизнесу, а жена является известным фотографом.

Если в дальнейшем намечается рост бизнеса, предприятие может из индивидуального превратиться в обычное малое предприятие (с привлечением знакомых, а затем и незнакомых людей), а может стать именно семейным по своей сути, когда к ведению дел сознательно привлекаются родственники. Понятно, что в дополнение к этой идеальной траектории могут добавиться изначально семейные предприятия, созданные «с нуля» двумя или более родственниками, или фирмы, изначально созданные двумя или более единомышленниками (знакомыми, соседями, однокурсниками, но никак не родственниками), чему в истории существует множество примеров.

Все эти фирмы могут остановиться в масштабах развития бизнеса и заполнить палитру малых и средних предприятий. На этой стадии могут развиваться все формы бизнеса: индивидуальное предпринимательство, все виды товариществ и партнерств, общество с ограниченной ответственностью, закрытое акционерное общество или закрытая (непубличная) корпорация[1]. Инвестиции для таких малых предприятий всегда являются существенной проблемой, потому что крайне трудно найти сторонних людей, которые будут согласны дать деньги на развитие бизнеса в условиях очень высокой степени риска, возникающего на ранних этапах развития любого предприятия.

Единственным реальным источником привлечения средств у таких организаций являются банковские кредиты. В исключительных случаях фирма может расти, используя только свою прибыль. Такое произошло с Г. Фордом, который весьма скептически относился к банкирам, но в силу своей гениальной бизнес-идеи и не менее гениального ее воплощения практически не нуждался в сторонних деньгах. Форд очень долго действовал как индивидуальный предприниматель, хотя в его собственности находились заводы, насчитывающие тысячи работников. Компания «Форд Мотор Компани» акционировалась только в 1956 г. при внуке основателя – Генри Форде II.

Но можно ли при всем этом считать семейное предприятие «тупиковой ветвью» или ранней стадией развития организации? Безусловно, нет. В мире существует множество процветающих семейных компаний, многие из которых достигли гигантских размеров.

[1] Открытое акционерное общество на данном этапе встречается крайне редко, но, в принципе, основатель или основатели фирмы, рассчитывая на будущий рост, могут зарегистрировать на себя ОАО, просто до определенного момента не торговать его акциями.

Это, прежде всего, относится к странам Юго-Восточной Азии, где такие компании встречаются и в промышленности, и в финансовом секторе, и строительстве, и сфере услуг. Очень многими из таких компаний владеют китайцы. Они полагают, что, когда члены семьи в рамках одной корпорации занимаются различными бизнесами или действуют на различных географически отдаленных рынках, они не только избегают прямой конкуренции друг с другом, но и расширяют пределы семейной сети и активы, тем самым диверсифицируя риски.

В Европе страной семейного бизнеса традиционно считают Италию. Значительная часть итальянского экспорта, т. е. самых конкурентоспособных товаров, создается семейными предприятиями. Одежда и обувь, ткани и санфаянс, мебель и спортивные товары – все, чем известны итальянцы в мире, – создается семейными бизнесами. Причем, большинство из них не хотят расти и превращаться в гигантских корпоративных монстров. Малый размер и сопутствующая ему гибкость служат залогом выживания таких предприятий в быстро меняющемся мире.

Если же бизнес растет, у организаций возникает «дилемма профессионализма», названная так авторами одной из наиболее понятных и логичных теорий жизненного цикла организации – И.В. Ивашковской, Г.Н. Константиновым и С.Р. Филоновичем [3]. Масштабы предприятия заставляют привлекать менеджеров-профессионалов и, в конечном счете, передать им управление. Но могут быть и другие сценарии. Наряду с привлечением людей со стороны, руководитель компании может сам пойти учиться и тем сознательно замедлить развитие компании, но оставить ее в своих руках. Промежуточным вариантом является воспитание профессионалов из детей или родственников. Таким образом, возникает специфическая траектория развития семейных предприятий. Рациональному выбору наиболее достойных кандидатов на управление бизнесом, имеющимся на рынке, их руководство предпочитает своих людей, может быть, менее профессиональных, но более лояльных.

Но что же происходит с несемейными растущими предприятиями, воплощающими в своем развитии идеальную модель жизненного цикла? Найм даже самого талантливого менеджера не решает всех задач по получению инвестиций. Руководимая им, но находящаяся во владении основателя или основателей компания может привлекать только заемные средства. В условиях быстрого роста и открывающихся новых возможностей для расширения бизнеса этих средств может не хватать. Когда источник финансирования в виде кредитов заканчивается, возникает необходимость привлечения сторонних акционеров. Здесь перед владельцем или владельцами встает «дилемма собственника»: оставаться полноправными владельцами, но расти медленно, или привлечь сторонних акционеров и расти быстро. Инвестиции посредством выпуска акций считаются более дешевыми, так как не

подразумевают возврат вложенной в бизнес суммы средств (что является базовым признаком долга), но они радикально меняют механизм управления компанией. Возникают корпорации с мажоритарным акционером. Подобного рода компании доминируют в континентальной Европе и России.

Главное, что отличает такого типа корпорацию, это наличие реального хозяина. Именно с этим обстоятельством связаны как ее преимущества, так и недостатки. С социально-управленческой точки зрения, важно то, что на этой стадии своего развития компания (которая теперь однозначно преобразовалась в АО того или иного типа) может оставаться реализацией мечты основателя. В свое время он породил ее, как ребенка. Он хочет, чтобы она имела свой характер, свое лицо. Он связывает с ней свою судьбу подобно тому, как писатель связывает свою судьбу с тем или иным романом.

Он может никогда не расстаться с компанией, даже если ему делают очень выгодные предложения о продаже. Он готов смириться с невысокой прибыльностью, готов вкладывать деньги в долгосрочные проекты, готов создавать имидж и репутацию компании. Если она будет успешной, то станет ему лучшим памятником.

Если же он все же продал ее кому-то другому, то и этот другой, становясь мажоритарным акционером, во многом ведет себя так же, как и первый хозяин. Важнейшей характеристикой в этом плане становится готовность вкладывать деньги в долгосрочные проекты. Хозяин рассчитывает если не на вечное, то на очень длительное существование своей компании. Он готов мириться с годами убыточности, если знает, что, в конце концов, этот путь приведет к положительным результатам. Так ведут себя как индивидуальные, так и институциональные акционеры, однозначно превалирующие над всеми остальными. Такая позиция характерна и для немецких банков, владеющих в качестве мажоритарных акционеров множеством компаний в стране и в Европе. Это характерно и для членов японских групп компаний – кэйрэцу? – каждая из которых владеет акциями других компаний, входящих в группу. Их главная цель – стабильное и практически вечное существование, а получение быстрых прибылей и выплата больших дивидендов при этом чаще всего отходzt на второй план. Хозяин всегда будет лицом, однозначно связывающим свои интересы с интересами организации.

Проблемные зоны такой компании также связаны с наличием хозяина. Его личные пристрастия могут существенно сузить возможный выбор сценариев развития бизнеса. В споре с ним даже наделенный, казалось бы, огромной властью генеральный (или, как принято на Западе, исполнительный) директор всегда чувствует свою уязвимость. Хозяин моментально может от него избавиться. Поэтому высшему менеджеру стоит немалых трудов приспосабливаться одновременно как к требованиям хозяина, так и к императивам рыночного окружения.

Директор создает свою репутацию в постоянном служении хозяину. Быть хорошим слугой в этом случае часто бывает важнее, чем быть хорошим менеджером. Для менеджеров такая ситуация является неудобной и даже порождающей дополнительные риски. Как возразить, и стоит ли вообще возражать хозяину, когда чувствуешь, что он не прав? И как в такой ситуации сформировать репутацию компетентного управленца?

Вообще, у наемных менеджеров и миноритарных акционеров совсем иные в сравнении с «хозяином» мировоззренческие приоритеты. Менеджеры хотят быстро осуществить прибыльные проекты, чтобы сформировать свою личную репутацию (а отнюдь не корпоративный имидж) и часто покинуть фирму, перейдя на более высокую должность в другую организацию. Владельцы минимальных пакетов акций просто хотят быстро получить прибыль на вложенный не в «свою» компанию капитал. Поэтому, с точки зрения менеджмента, акционерное общество с мажоритарным акционером нельзя назвать устойчивой, бесконфликтной формой бизнеса.

Поэтому менеджерами и теоретиками экономикса, идеализирующими англосаксонскую модель капитализма, сформировано мнение, что такие акционерные общества являются недо-корпорациями, так как нерационально ограничивают диверсификацию средств у мажоритарного акционера. То, что именно такие корпорации доминируют в огромном количестве весьма успешных стран и действуют на своих рынках часто лучше иных конкурентов, как бы не замечается. Согласно теориям жизненного цикла, возникает «дилемма инвестора». Мажоритарный акционер, как правило, бывший создатель фирмы, воспринимая ее как свое детище, готов мириться с высокими рисками и прибылью, заведомо более низкой, чем та, которую он мог бы получить в другом месте. Исходя из модели homo economicus, это нерационально, ведь свое предприятие, по определению, не может быть всегда более прибыльным, чем другие, а мажоритарный акционер не может переместить средства в более выгодные бизнесы, не утратив своего доминирующего положения в данном бизнесе. Если он все же действует рационально и диверсифицирует свои инвестиции, то начинает торжествовать форма корпорации с одними миноритарными акционерами и управляемая профессиональным менеджментом. Как раз такие корпорации характерны для США и Великобритании.

Такова, в общем и целом, теория жизненного цикла организации, имеющая своим апогеем англосаксонскую корпорацию. Но можно ли утверждать, что такое развитие организаций единственно правильное в современном мире? Видимо, еще большей натяжкой будет и утверждение о том, что англосаксонские страны пришли к данной модели, руководствуясь исключительно рациональными соображениями, что это некий триумф рационализма, проявившийся у одних народов с большей силой, чем у других. В реальности на

формирование англосаксонских корпораций также повлиял особый институциональный контекст развития ряда стран. Дисперсная собственность в Великобритании и США складывалась исторически со времен Вест-Индской компании и во многом под влиянием очень сильного антимонопольного законодательства.

До сих пор самый сильный антимонопольный закон на Земле действует в Соединенных Штатах. Он появился в конце XIX в. и был связан с эксцессами свободного рынка в условиях крупной экономической системы. После окончания Гражданской войны в США возник самый большой и при этом практически нерегулируемый рынок. Уже через 20 – 30 лет он в своих главных отраслях оказался монополизирован. Произошло то, что не сообразовывалось с теорией А. Смита, согласно которой рынок – это вечный, неуничтожимый и при этом идеальный механизм передачи ресурсов. На самом деле рынок подобен скорпиону, он способен сам себя жалить, а иногда и убить. Свободный рынок прямо ведет к монополии, т. е. к отсутствию всякого рынка. Механизм такого развития очень прост – компании, поглощая друг друга и/или договариваясь друг с другом, создают монопольную структуру, позволяющую максимизировать прибыль. Имея миллион, директор имеет две главные альтернативы вложений: 1) экономическую, т. е. повышение качества и снижение цены товара; 2) политическую, в данном случае – скупку акций конкурентов. Вторая альтернатива часто оказывается значительно более выгодной: не нужно закупать новое оборудование, повышать квалификацию персонала и тому подобное, нужно просто купить конкурента. В результате, как бы плоха ни была продукция, она все равно разойдется, что и произошло в Америке.

Имена тех, кто сумел сконцентрировать в своих руках целые отрасли американской национальной экономики, хорошо известны: Дж. Рокфеллер (нефть), Дж. Морган (банки), К. Вандербильт (транспорт), Э. Канеги (черная металлургия) и др. В результате, сложилась специфическая ситуация олигархического капитализма. От нее начали страдать как обычные граждане (именно в это время возникает мощное движение за права потребителей), так и власти (президент и конгресс ощутили себя зависимыми от монополистов, они теряли власть в стране). В результате, конгресс собрался и принял Закон Шермана[2]. Но воплощать в жизнь этот закон боялись. Как можно было вдруг покуситься на самых влиятельных людей страны, обладавших статусом чуть ли не выше президентского? Только Теодор Рузвельт в начале XX в. сумел разгромить монополии и тем самым определил нормальное развитие как хозяйственных, так и политических процессов в стране. Наряду с дроблением самых крупных компаний и ограничениями в их

[2] Первый антитрестовский законодательный акт в США. В 1890 г. данный закон запретил «… все соглашения, картели или тайные договоренности, ограничивающие торговлю» и монополию в торговле между штатами и при международной торговле.

деятельности, была использована и простая схема дробления контрольных пакетов. В результате, в стране оставались очень богатые люди (до сих пор в США наибольшее количество миллиардеров), но каждый из них мог иметь только маленькие пакеты акций в десятках корпораций. Главное, что он лишался политической силы и стремления к монополизму. Отрасли экономики остались без хозяев, способных навязать свою волю обществу. Весь XX в. Америка не попадала под власть «семьи», даже при олигархе Дж. Кеннеди. Дисперсная собственность многократно снижает власть богатых людей, предотвращает монополизацию и стабилизирует демократию.

В Америке, а вслед за ней и во всех англосаксонских странах в крупных корпорациях дисперсная собственность стала нормой. Фактически компании оказались без хозяев, что определило как положительные, так и негативные стороны данной модели. С точки зрения управления, она имеет одну важнейшую особенность: в ней абсолютно логичной и понятной становится независимость высших менеджеров от акционеров. Менеджеры никогда не становятся полноценными хозяевами корпорации. Они всегда воспринимают ее как одно из возможных мест для самореализации. Главным богатством менеджера служит его репутация. Он может ее наработать в самых разных местах. Его статус совсем не похож на статус слуги. Команда топ-менеджмента не ориентирована на служение кому бы то ни было лично. Их заказчик – абстрактное большинство акционеров, желающих теми или иными способами увеличить свой доход и не имеющих реальной возможности влиять на них. Быстрый рост стоимости акций является в этом плане целью, полностью устраивающей как акционеров, так и менеджеров.

Дисперсная собственность определяет значимую роль фондовой биржи. Мелкие пакеты акций продаются и покупаются именно на бирже. Это удобно. Поэтому в англосаксонских странах положение на бирже прямо отражает положение в экономике, а наиболее «авторитетными» биржами на Земле были и остаются Нью-Йоркская и Лондонская. Здесь обращается реальное большинство наиболее надежных национальных акций. В континентальной Европе и странах, где доминируют компании с мажоритарным акционером, на бирже продаются только пакеты миноритариев и небольшие «кусочки», которые по тем или иным причинам сочтет возможным оторвать от себя мажоритарный акционер. Биржа лишается в этом случае своей главной экономической функции – индикатора экономического развития, она превращается просто в место игры, вроде казино. Поэтому даже при том, что Франция, Италия или Германия обладают мощным экономическим потенциалом, их биржи никогда не будут столь влиятельными, как в англосаксонских странах. Политические игры, перегруппировки миноритариев здесь не приводят к значимым последствиям, а купить контрольный пакет здесь невозможно.

Чтобы его купить либо стороннему лицу, либо другой организации, нужно вести специальные переговоры с мажоритарным акционером. Цена продажи при этом только ориентируется на биржевую. Чаще всего, если компания в хорошем состоянии, ее фактическому владельцу выплачивается специальная «премия» за контроль, и стоимость его акций тем самым оценивается выше биржевой.

В англосаксонской корпорации, напротив, изменение баланса и группировок миноритарных акционеров тут же меняет и большинство голосов. Отсутствие хозяев определило легкость слияний и поглощений. Миноритарии не заботятся о существовании компании, им важно иметь прибыль. Поэтому они активно продают свои акции, и некоторый «агрессор» легко может добиться своей цели и увеличить свой пакет акций, а затем провести решение об объединении (в том или ином виде) со своей компанией и, соответственно, о смене руководства. Такая смена может почти не повлиять на реальный бизнес компании, но она обязательно определит замену исполнительного директора и его команды. Эта угроза для менеджмента служит важнейшим стимулом хорошей работы. У агрессора хватит денег на скупку большого числа акций, только когда они дешевы. Кроме того, дорожающие акции никто не захочет продавать. Поэтому менеджмент в таких компаниях своей главной заботой ставит повышение стоимости акций, что, как уже говорилось, полностью совпадает с желанием и миноритарных акционеров.

Здесь мы подходим к главному «классовому» смыслу превознесения западными экономистами англосаксонской корпорации как формы организации бизнеса. Если в условиях глобализации большинство системообразующих для национальных экономик компаний преобразуются в корпорации миноритариев, то для крупного западного капитала появляется реальная возможность покупать для себя пакеты акций и влиять на расстановку сил в руководстве.

В условиях западных санкций для России такое строение крупнейших копаний обернулось бы самыми серьезными трудностями. Сегодня падание акций на российских биржах представляет собой, безусловно, неприятное, но никак не трагическое явление. Компании сохраняют своих хозяев и ведут обычную деятельность. Вместе с тем, видно, как сильно могут повлиять спекулянты на движение цен на свободных рынках. Удержание курса валюты в этом плане представляет для России серьезную проблему, чему ярким подтверждением служит ситуация с колебанием курса рубля в конце 2014 г. Значительно более серьезную проблему породила бы деятельность спекулянтов на рынке акций, если бы от нее зависела расстановка сил в управлении Газпрома или ЛУКОЙЛа. Миноритарии по природе своей антипатриотичны, их интерес сконцентрирован исключительно на возможности обогащения и на боязни потерять свои средства. Получив определенный толчок от

западных спекулянтов, отечественные миноритарии бросились бы сбывать свои акции с тем же рвением, что и рубли в периоды валютных паник, и в условиях доминирования в экономике корпораций англосаксонского типа эта ситуация имела бы самые далеко идущие последствия. Национальное богатство могло фактически оказаться под управлением иностранцев, причем, иностранцев, имеющих совсем не радужные виды относительно будущего России.

В свете вышеизложенного можно утверждать, что, если англосаксонская корпорация, состоящая только из миноритарных акционеров, и является наиболее рациональной организацией бизнеса, так сказать, вершиной организационного развития, то ее рациональность и эффективность очевидны отнюдь не для всего мирового сообщества. Она удобна для топ-менеджеров и миноритарных акционеров. При этом, ее поведение может явным образом противоречить национальным интересам и не ориентироваться на реализацию долгосрочных, интуитивно обоснованных и инновационных, а также социально значимых, но не высокоприбыльных стратегий.

При этом, нацеленность на эгоистические интересы акционеров создает компаниям англосаксонского типа замечательные пропагандистские возможности. Ничего легче не рекламируется, чем деньги. Деятельность всех групп людей в такой корпорации подчинена идее максимизации прибыли. Поэтому, например, в Восточной Европе многие компании исповедуют именно эту простую англосаксонскую логику. Предприниматели здесь просто следуют недавно выученным классическим принципам «экономикса», наиболее успешно изложенным именно англосаксами.

Таким образом, теории жизненного цикла организации с абстрактных позиций фактически задают вектор развития всем компаниям на планете. Вместе с тем, данную модель можно рассмотреть и с точки зрения национальных бизнес-культур. Тогда получается, что вершиной развития бизнеса везде и всегда будет англосаксонская модель корпорации. Если соединить фазы развития организации с национальными бизнес-культурами, получается следующая последовательность: индивидуальное предприятие – семейный бизнес (Италия, а также азиатские и иные развивающиеся страны) – континентальная европейская корпорация – англосаксонская корпорация (рис.1).

Национальные бизнес-культуры как будто выстраиваются в пирамиду: от менее развитых к более развитым. Это весьма характерно для западного стиля мышления, однозначно воспринимающего свои социально-экономические реалии как нечто самое высшее и самое лучшее. В век глобализации и мультикультурализма такое допущение должно быть поставлено под сомнение, и современная практика бизнеса часто вносит существенные коррективы в подобные представления.

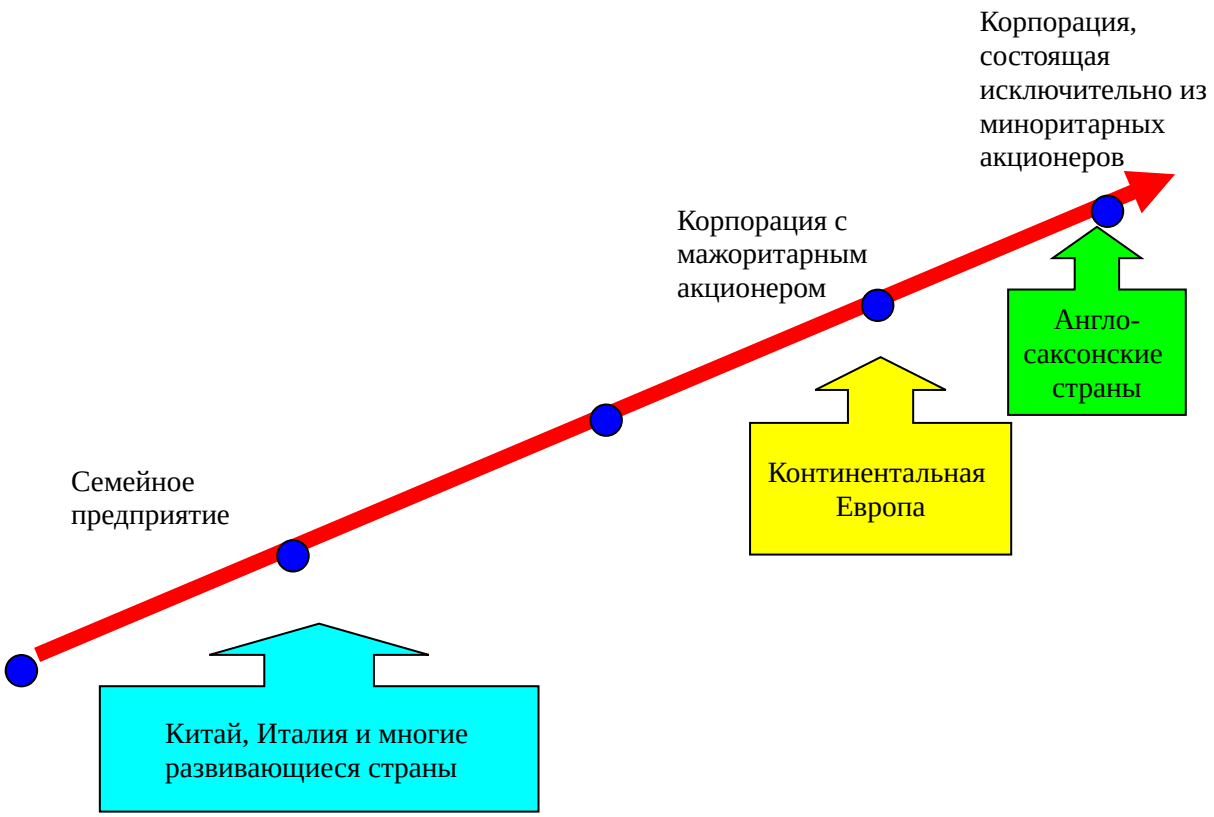


Рис. 2. Организации на различных этапах жизненного цикла и в разных странах

В частности, упоминавшиеся выше китайские семейные фирмы, сформировавшиеся за пределами континентального Китая, с очевидностью опровергают данную теорию. Они сумели справиться с «дилеммой профессионализма» и «дилеммой собственника». Семейная форма бизнеса, характерная для начального этапа корпоративного развития, не стала препятствием для роста организации. Приоритет семейных ценностей, органически связанный с устройством патриархальной китайской семьи, позволил этим компаниям стать крупными игроками рынка и не ограничил масштабы их бизнеса.

То же самое можно сказать о множестве европейских компаний. Корпорации с мажоритарным акционером – будь то физическое лицо (лучший пример С. Берлускони в Италии) или юридическое лицо (что характерно для Германии, где такими акционерами, как правило, служат банки с их ярчайшим представителем Deutsche Bank-ом) – показывают не меньшую эффективность, чем англосаксонские корпорации. В континентальном Китае и значительном количестве развивающихся стран, включая Россию, корпорации, в которых доминирует государство, и которые изначально заклеймены либеральными экономистами как нечто несообразное природе рынка, показывают и высокие темпы роста,

и неплохую рентабельность[3]. Все зависит от институционального контекста развития стран и организаций. Действительно, эгоистический интерес и жадность являются значимыми двигателями хозяйственного прогресса, их реализация в наиболее полной мере происходит в корпорациях англосаксонского типа. Но человеческая природа многолика, и часто личная убежденность, готовность все отдать ради идеи, склонность не задумываться о непосредственных выгодах при ее реализации приносят порой более впечатляющие плоды, чем рациональный расчет и постоянная калькуляция своих доходов.

Единая направленность прогресса любых человеческих общностей, в частности коммерческих организаций, всегда может быть поставлена под сомнение. Так, в ряде случаев видные предприниматели на Западе сознательно уходят от формы англосаксонской корпорации. Всецело ориентированная на прибыль и зависимая от биржи, она оказывается очень неустойчивой. Она постоянно реагирует на биржевые новости и не дает возможности сосредоточиться на достижении стратегических целей. В качестве примера можно здесь привести Ричарда Брэнсона и его корпорацию Верджин (Virgin). Будучи британцем и следуя правилам англосаксонского бизнеса, в какой-то момент он продал акции своей компании и передал управление профессиональному совету директоров. Сам он хотел сосредоточиться на разного рода экстремальных мероприятиях, типа полета на воздушном шаре через Атлантический океан, пересечения Ла-Манша на автомобиле-амфибии и т. п., т. е. дожить жизнь красиво. Но как только начинался его новый эпатажный проект, он постоянно слышал от членов совета директоров: «Не лети!», «Не разгоняйся!», «Не рискуй!». Все это пагубно воздействовало на курс акций на бирже, ведь рядовые акционеры связывали воедино имена Брэнсона и Верджин: если риску подвергался основатель – вроде бы риску подвергалась и вся компания. Брэнсон не выдержал тех обязательств, которые налагала на него и на

---

[3] Государственные компании или компании с участием государства стали виднейшими игроками современного глобального рынка благодаря оживлению «незападных центров экономики». Мексиканская Cemex – третья в мире цементная компания. Стоимость активов бразильской горнодобывающей компании Vale больше, чем у «частнокапиталистических» лидеров отрасли, таких как Roche, Anglo-American и BHP Billiton. China Mobile является гигантом в области мобильной связи с числом абонентов на уровне 600 млн. чел. Саудовская (Saudi Basic Industries Corporation) – одна из наиболее прибыльных химических компаний мира. Российский Сбербанк является третьим в Европе банком по размерам рыночной капитализации. Dubai Ports – третий в мире портовый оператор. Авиакомпания «Emirates» обладает наиболее молодым парком авиалайнеров и растет на 20% в год. На государственные компании приходятся 80% стоимости фондового рынка в Китае, 60% – в России и 40% – в Бразилии (см. Кондратьев В. Б. Государственный капитализм на марше [Электронный ресурс] // Интернет-портал «Перспективы». –.– Режим доступа: http://www.perspektivy.info/rus/gos/gosudarstvennyj_kapitalizm_na_marshe_2012-08-24.htm).

бывшую «его» компанию такая форма организации. Он не хотел кому-то подчинять свою жизнь, а тем более делать презентации в лондонском Сити перед людьми, заботящимися только о своей сиюминутной прибыли. В конце концов, он снова выкупил контрольный пакет акций и стал жить свободно, не заботясь о биржевой конъюнктуре. Затем он не раз выставлял на биржу части своей империи, но «злой рок» почти всегда вмешивался в его планы. Так, объявленное публичное размещение акций авиакомпании «Верждин Америка» оказалось под угрозой из-за неудачного запуска космического корабля другой «дочкой» компании Брэнсона.

Разнообразие компаний на планете очень велико. Не было раньше, не существует сейчас и не наблюдается в будущем некая идеальная конфигурация параметров фирмы, однозначно свидетельствующая о ее превосходстве над другими. Социально-экономический мир интересен именно своей непредсказуемостью. Поэтому такими неудачными оказываются попытки разделить организации на высшие и низшие, достигшие и не достигшие, качественные и некачественные. Когда к чисто хозяйственным характеристикам прибавляются еще и характеристики, отражающие особенности национальных культур ведения бизнеса, выстраивание таких конструкций кажется особенно неприемлемым. Бесконечная мозаика стран и доминирующих в них организаций будет и впредь, несмотря на все «унифицирующие законы» глобализации, создавать неповторимый ландшафт планетарного бизнеса.

Литература и источники:

1. Пинк, Д. Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки / Д. Пинк. – М., 2005.

2. Хэнди, Ч. Слон и блоха: будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса / Ч. Хенди. – М., 2004.

3. Ивашковская, И. В. Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации / И. В. Ивашковская, Г. Н. Константинов, С. Р. Филонович // Российский журнал менеджмента, 2004. – № 4.