

ВАЛЕНТИН ДОМЧЕНКО

В погоне за прибылью

ЗАКОНЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА
И КОММЕРЧЕСКИХ ФИРМ



Валентин Домченко
В погоне за прибылью.
Законы развития рынка
и коммерческих фирм

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=20975624
ISBN 9785448313097*

Аннотация

Как извлечь прибыль? Поиск ответа на этот вопрос – это ежедневная рутина любого собственника или руководителя бизнеса. Но искать этот ответ им сегодня приходится почти вслепую: теории не работают, прогнозы не сбываются, а практики, сработавшие в одном случае, оказываются несостоятельными в других. Книга показывает, почему не работают существующие подходы к анализу и решению проблем бизнеса, и проливает свет на истинную природу механизмов развития как отдельных фирм, так и всего рынка в целом.

Содержание

Предисловие от автора	5
Благодарности	9
Введение, или в чем, собственно, проблема	10
Часть I. Как работает рынок	32
О роли разделения труда	33
Конец ознакомительного фрагмента.	37

**В погоне за прибылью
Законы развития рынка
и коммерческих фирм
Валентин Домченко**

© Валентин Домченко, 2016

ISBN 978-5-4483-1309-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие от автора

Погоня за прибылью – это мощнейший мотив, породивший практически все достижения современного общества. Движимые этим мотивом коммерческие структуры проявили себя, как наиболее конструктивная сила в истории человечества – именно им мы обязаны тем колоссальным скачком в экономическом развитии, который произошел за три века существования капиталистического общества. Даже самый ярый критик капитализма, Карл Маркс, в своем «Манифесте коммунистической партии», изданном еще в 1848 году, признавал, что «буржуазия менее чем за сто лет своего классового господства создала более многочисленные и более грандиозные производительные силы, чем все предшествовавшие поколения, вместе взятые».

Однако мы до сих пор очень мало знаем о природе механизмов, движущих развитием как отдельных фирм, так и всего рынка в целом. Несмотря на огромное количество книг и исследований в этой области, управление бизнесом продолжает оставаться скорее искусством, нежели наукой. При этом огромные корпорации, составляющие основу современной экономики, сегодня управляются по наитию, на ощупь, без какого-либо целостного представления об экономических процессах, происходящих на рынке и внутри фирм.

Подобно тому, как античные архитекторы возводили грандиозные здания, не зная законов физики, современные предприниматели создают корпорации из десятков и сотен тысяч сотрудников, полагаясь лишь на опыт и здравый смысл, а не на научное знание. Им хорошо известна конечная цель, которую они преследуют – получение прибыли, и они легко могут оценить, насколько она достигается, но то, почему те или иные меры в одних случаях приносят прибыль, а в других – нет, остается загадкой.

Тем не менее с ростом размеров корпораций и усилением их влияния на экономику все острее ощущается потребность в осознанных подходах к управлению ими. Если ранее основным драйвером развития бизнеса были технологические инновации, то сегодня назрела потребность в инновациях совершенно иного рода – в инновациях управленческих. Но, как технические инновации были бы невозможны без знания законов физики, так и управленческие инновации не могут быть реализованы без понимания базовых законов экономики.

Есть ли сегодня у нас такое понимание? На мой взгляд, его нет. Жаркие споры в научной среде сегодня ведутся не просто о каких-то там частностях, но и о самих базовых принципах работы экономики. Со стороны эти споры выглядят так же странно, как если бы физики спорили о том, падают ли предметы вниз, или же вверх или в сторону. Тем не менее все эти дискуссии совершенно не добавляют нам практического

понимания процессов, происходящих на рынке и в фирмах, и практика управления бизнесом продолжает жить жизнью, совершенно отдельной от экономической теории.

Многие склонны думать, что причина тому – постоянные изменения, происходящие на рынке, которые каждый раз делают накопленные ранее знания устаревшими. Действительно, развитие технологий, а также перемены в обществе и в политике постоянно меняют ландшафт рынка, и темп этих изменений лишь нарастает со временем. Но я возьму на себя ответственность утверждать, что за последние 4000 лет, прошедших с момента зарождения рынка, ничего принципиально нового на нем не произошло. Истинная же причина того, что многие вещи и события кажутся нам беспрецедентно новыми и принципиально меняющими правила игры, состоит в том, что мы просто недостаточно знаем историю.

Такой порядок вещей был замечен людьми еще во времена Ветхого Завета, в котором сказано: «Что было, то и будет; и что делалось, то и будет делаться, и нет ничего нового под солнцем. Бывает нечто, о чем говорят: смотри, вот это новое; но это было уже в веках, бывших прежде нас. Нет памяти о прежнем; да и о том, что будет, не останется памяти у тех, которые будут после.» Но, лишь разорвав этот замкнутый круг невежества, мы сможем обрести реальное понимание механизмов, от которых зависит благосостояние общества в целом и каждого из нас в отдельности. Этим механиз-

мам и посвящена данная книга.

В отличие от множества других книг о бизнесе, к которым уже успели привыкнуть современные любители деловой литературы, в этой книге нет никаких «историй успеха» и «лучших практик». Цель этой книги не в том, чтобы рассказать об успехах единиц, а в том, чтобы помочь разрешить проблемы многих. И предназначена она не для тех, кто всего лишь пытается перенять чужой опыт, а для тех, кто хочет переосмыслить свой собственный, взглянув на него сквозь призму фундаментальных законов экономики. Этот путь требует гораздо больших усилий, нежели поиск «готовых рецептов», однако, лишь пройдя его, можно научиться принимать экономические решения по-настоящему осознанно. Если Вы готовы этот путь пройти, то эта книга – для Вас.

С уважением,

Валентин Домченко

[битая ссылка] <http://www.domchenko.ru>

Благодарности

Я бы хотел выразить благодарность Олегу Вадимовичу Григорьеву за время, которое он смог мне уделить, а также сотрудникам его научно-исследовательского центра «Неоэкономика», которые помогли эти консультации организовать. Отдельно я бы хотел поблагодарить всех тех, кто давал мне комментарии и замечания к книге – без них она была бы гораздо хуже. И, разумеется, я благодарен своей семье, которая внесла огромный вклад в мое образование, без которого написание этой книги было бы невозможно.

Введение, или в чем, собственно, проблема

Согласно исследованию профессора менеджмента из университета Огайо Пола Натта, опубликованному в его книге «Почему решения терпят неудачу», по меньшей мере половина решений, принимаемых руководителями организаций, приводит к провалу. Журнал Harvard Business Review публикует еще более удручающую статистику – согласно ей, около 70% решений об изменениях в деятельности бизнеса не приводят к желаемому результату, а если говорить о сделках по слиянию и поглощению, то из них провалом заканчиваются до 90%. Аналогичную статистику, но уже касательно применения информационных технологий, публикует и известная исследовательская компания Gartner – согласно ее данным, до 75% внедрений систем управления предприятием также оказываются неудачными.

Теме всех этих неудач уже было посвящено и продолжает посвящаться множество исследований, и, оглядываясь назад, исследователи всегда находят причины провалов. Развиваются и множатся различные концепции менеджмента и маркетинга, защищаются диссертации, пишутся и продаются книги-бестселлеры. Но почему-то все это не оказывает никакого влияния на приведенные выше цифры, и, по дан-

ным все того же Harvard Business Review, доля провальных решений остается стабильно высокой аж с 70-х годов прошлого века, когда такие исследования стали впервые проводиться.

Причем, что самое интересное, этим провалам в равной степени подвержены и самые успешные компании, являющиеся признанными лидерами рынка. Среди сорока трех компаний, восхваленных в известном бестселлере 80-х годов «В поисках совершенства», многие вскоре либо вообще перестали существовать, либо сильно ухудшили свои показатели.

Пожалуй, я привел достаточно свидетельств того, насколько остро сегодня стоит перед бизнесом проблема качества принятия управленческих решений. Но для того, чтобы это понять, вряд ли необходимо обращаться к статистике – эта проблема видна каждому, кто когда-либо работал в любой более или менее крупной организации.

Задаваясь вопросом о причинах происходящего, нельзя не вспомнить фразу, некогда сказанную Альбертом Эйнштейном: «Вы никогда не сумеете решить возникшую проблему, если сохраните то же мышление и тот же подход, который привел вас к этой проблеме». Поэтому, на мой взгляд, в первую очередь стоит проанализировать то, каким образом мыслят современные управленцы при принятии решений.

Сегодня общепринятый подход к принятию решений в бизнесе основывается, прежде всего, на накоплении и ис-

пользовании предыдущего опыта. Яркой иллюстрацией этого подхода является обучение менеджеров на программах MBA, где в основу обучения положен разбор бизнес-кейсов, то есть изучение предыдущего опыта различных компаний, полученного в различных ситуациях.

Суть данного подхода состоит в том, чтобы, анализируя накопленный опыт, выявить так называемые «лучшие практики» – наиболее эффективные решения, хорошо зарекомендовавшие себя в определенных ситуациях. По этому же принципу написаны и многие известные книги по менеджменту, например, уже упомянутая «В поисках совершенства» и ее более новый аналог «От хорошего к великому».

Метод выявления «лучших практик» в таких книгах, как правило, состоит в следующем: вначале устанавливаются некие критерии успеха (например, как в той же книге «От хорошего к великому», рост стоимости акций), затем по этим критериям отбираются некие случаи успеха (например, успешные компании или успешные проекты), после чего среди попавших в выборку случаев осуществляется поиск неких общих черт, которые и провозглашаются «лучшими практиками».

Успешные бизнесы, разумеется, действительно существуют – это неоспоримый факт, и изучение их опыта, безусловно, полезно и необходимо – вопрос только в том, как именно этот опыт изучать. В свете же описанного метода исследования вопросы вызывает не сама успешность выбранных

компаний, а причинно-следственная связь между их успехом и применением тех или иных «лучших практик».

Дело в том, что предыдущий положительный опыт компаний оказался положительным в неких условиях, которые существовали на тот конкретный момент в том конкретном случае. Но описанный подход к исследованию не позволяет определить, были ли в каждом конкретном случае приняты во внимание все значимые условия, или же что-то осталось за кадром.

Более того, такой метод исследования вообще не позволяет однозначно сказать, явилось ли достижение успеха в том или ином случае следствием применения «лучшей практики», или же было связано с совсем другими причинами – ведь мы ничего не знаем о том, как часто использование той же самой практики заканчивалось провалом, так как никто не ведет учет всех попыток ее применения. Причем даже если бы такой учет и велся, то это не решило бы проблему – ведь всегда можно сказать, что в случаях неудач практика просто применялась «неправильно», и, следуя методу, выявить «лучшие практики по применению лучшей практики».

Таким образом, на основе данных подобных исследований вообще нельзя сделать хоть сколько-нибудь обоснованных выводов о том, повышает ли использование той или иной «лучшей практики» вероятность успеха, или же этот самый успех связан с какими-то другими факторами. Зато

такой вывод позволяет сделать ранее приведенная мною статистика провалов. Хотя она и не содержит указания на конкретные практики, вряд ли стоит сомневаться, что в большинстве попавших в статистику случаев решения принимались с использованием тех или иных известных на тот момент «рекомендаций лучших собаководов». Помимо статистики, каждый читатель, работавший в крупных компаниях, опять же, может обратиться и к собственному опыту участия в применении «лучших практик» – почему-то они всегда работают «там, где нас нет», не правда ли?

Почему же мы раз за разом обращаемся за решением проблем бизнеса к «лучшим практикам»? С психологической точки зрения природу нашей любви к лучшим практикам хорошо иллюстрирует один интересный эксперимент, поставленный американским психологом Б. Ф. Скиннером.

Голубя сажали в клетку и через равные интервалы времени сыпали туда корм. Что же стали делать голуби? Удивительно, но они решили, что от их поведения зависит, получат они корм или нет. И они стали делать точно то, что они делали сразу перед появлением корма. Например, если голубь спрятал голову под крыло, а потом появился корм, такой голубь начинал постоянно прятать голову под крыло в надежде, что появится еда. Другими словами, голуби находили закономерность там, где ее не было – ведь корм поступал через равные интервалы. Это явление получило название «голубиное суеверие».

На мой взгляд, «лучшие практики» – это тоже не более, чем суеверия, тиражируемые с помощью консультантов, книг и курсов МВА. Но я вовсе не хочу сказать, что такое положение вещей – это вина современных менеджеров. На самом деле это их беда – ведь лучших инструментов, чем «лучшие практики», на сегодняшний день у них попросту нет.

По идее, с суевериями должна бороться наука. Но что предлагает нам современная официальная наука взамен «лучшим практикам»? По-хорошему, практики управления бизнесом должны строиться на основе экономической теории – ведь, в конце концов, целью управления бизнесом является достижение экономического результата. Тем не менее современная наука об управлении почему-то относится скорее к области психологии, нежели экономики. То же самое можно сказать и о маркетинге.

Причем, что интересно, и сама экономика, сталкиваясь со своей неспособностью объяснить реальные экономические процессы, частенько пытается вывести предмет своего исследования в область психологии, говоря о том, что сама-то экономическая теория «правильная» – просто люди почему-то мыслят «иррационально», и из-за этого их поведение теории не соответствует. А там, как говорится, «чужая душа – потемки».

Но как так случилось, что в наш просвещенный век экономическая наука настолько не отвечает практическим потребностям участников экономической деятельности? При

этом и сами экономисты сегодня вынуждены признать, что они не в силах объяснить реальные процессы в экономике и бизнесе. Особенно заметно это стало после экономического кризиса 2008 года. Вот что пишет об этом директор Института нового экономического мышления Оксфордского университета Эрик Беинхокер в своей статье «Redefining capitalism», опубликованной в журнале McKinsey Quarterly:

«Хотя мы и были правы в своей вере в то, что капитализм на протяжении всей своей истории являлся основным источником роста и процветания, мы были не правы в нашем понимании того, как и почему капитализм работал столь хорошо. Аналогично, наши предки знали, что звезды и планеты движутся по небосводу, и у них были различные теории, объясняющие эти наблюдения. Но лишь когда модель Коперника заменила Землю Солнцем в центре Солнечной системы, и Ньютон описал свои законы гравитации, люди смогли понять, как и почему звезды и планеты движутся. Точно так же, традиционные экономические теории, на которые мы полагались в прошлом столетии, ввели нас в заблуждение о механизмах работы капитализма. Лишь заменив старые теории лучшими и более новыми, мы сможем построить более глубокое понимание, необходимое для улучшения нашей капиталистической системы.»

Но вот интересный вопрос: а почему эти новые теории до сих пор не появились? Ведь для экспертов проблемы существующих теорий стали заметны не вчера. На мой взгляд,

ответ на этот вопрос стоит искать в истории становления современной науки.

Современная научная бюрократия, которую мы привыкли называть официальной наукой, на самом деле ведет свою родословную от бюрократии церковной – ведь первые университеты, как известно, являлись богословскими школами. Сегодня мало кто помнит, что сам Сэр Исаак Ньютон, вообще-то, в первую очередь был богословом, а потом уже физиком. Тем не менее, несмотря на такое «интересное» происхождение, вряд ли кто-то сможет упрекнуть современную физику и другие естественные науки в отсутствии практических результатов, чего не скажешь об экономике.

Все дело в том, что в естественных науках главным методом проверки истинности теории является эксперимент. Но общественные науки, к которым относится и экономика, оказались лишены такого инструмента.

Во-первых, эксперименты над обществом в сколько-нибудь серьезном масштабе слишком дороги, рискованны и занимают много времени, а потому их проведение в соответствии со всеми критериями научного метода просто не представляется возможным. Так как создать изолированное экспериментальное общество в достаточном масштабе и на достаточный срок нельзя, то оказывается невозможно выполнить и одно из главных требований к эксперименту – его повторяемость.

«Экспериментальное» общество, так или иначе, будет яв-

ляться частью общества реального, и будет подвержено влиянию его конъюнктуры, которая постоянно меняется. Из-за этого условия проведения эксперимента всегда будут разными, и всегда можно будет найти объяснение, почему в одном случае эксперимент сработал, а в другом – нет. Кстати, именно этим умело пользуются разного рода пропагандисты «лучших практик», которые, по сути, как раз и ставят эксперименты на реальных компаниях, заявляя о том, что применяемые ими подходы работают, хотя статистика их применения и говорит об обратном.

Во-вторых, в общественных науках объект и субъект познания составляют собой одно целое, вследствие чего принятые в обществе взгляды на экономику влияют на поведение самих экономических агентов, создавая так называемые «самоисполняющиеся пророчества». Получается, что любая новая теория, объясняющая поведение экономических агентов, сама по себе меняет его, как только становится достоянием публики.

Все это крайне затрудняет изучение реальных экономических законов, которые, безусловно, существуют независимо от чьих-либо убеждений. Например, от того, решит ли человек прыгнуть с моста или нет, конечно, зависит дальнейшее развитие событий, но его решение никак не влияет на действие закона гравитации. Точно так же, экономические процессы производства, потребления и обмена, по сути, являются физическими процессами, а значит, подчиняются неким

объективным закономерностям, хотя конечный их результат и будет всегда зависеть от действий людей, которые их осуществляют.

Тем не менее экономическая наука оказывается не в состоянии выявить эти закономерности. На мой взгляд, происходит это потому, что современная экономическая наука пытается описывать эти закономерности так же, как это делают естественные науки – с помощью математических моделей. При этом экономика не имеет в своем распоряжении инструмента проверки этих моделей, которым пользуются естественные науки – эксперимента.

Единственные критерии истинности, которыми в этих условиях может руководствоваться экономика, достались ей еще от богословия, из которого родилась вся современная наука. При этом в богословии не было, да и не могло быть иных критериев истинности какой-либо точки зрения, кроме авторитета ее автора в научной среде и консенсуса остальных ученых. Эти критерии истинности в определенной мере продолжают использоваться во всех современных науках – взять хотя бы широко применяемую систему оценки деятельности ученых по цитируемости их работ, или же процедуру защиты диссертаций. Но если такие критерии истинности оказываются единственными, то следующая им наука перестает чем-либо отличаться от религии.

На мой взгляд, именно из-за этого экономика по сей день находится в плену догм и авторитетов и не приносит полез-

ных результатов. Несмотря на все окружающие нас технологические достижения, с точки зрения уровня развития общественных наук, к которым относятся экономика, управление и маркетинг, мы все еще находимся в глубоком средневековье.

Так или иначе, любой новой экономической теории, претендующей на практическую применимость, прежде всего нужно решить базовую проблему сегодняшней экономической науки – каким образом формулировать теорию и каким образом ее проверять. Исходя из написанного выше, вполне очевидно, что делать это аналогично тому, как это делают естественные науки, с помощью математических моделей и экспериментов, экономика не имеет возможности, хотя за чем-то пытается.

Для экономики и смежных общественных дисциплин, таких как управление и маркетинг, необходим принципиально иной метод исследования. Метод исследования – это ключевое отличие этой книги от массы того, что сегодня пишется и говорится об экономике и бизнесе. Поэтому прежде, чем переходить к содержательной части, важно пояснить, в чем этот метод заключается.

Использованный здесь подход – это версия исторического метода, предложенная относительно недавно известным российским экономистом Олегом Григорьевым (его же работы послужили и основным источником проблематики для данной книги – к ним я еще не раз обращусь). По сути, этот

подход можно сравнить с расследованием «преступления», где сам исследователь выступает в роли «Шерлока Холмса». В качестве «преступления» же выступает определенный набор исторических фактов, требующих объяснения. При этом исследователь должен восстановить картину событий, сформировав логически последовательный сценарий случившегося, включающий в себя, в том числе, мотивы и действия «подозреваемых».

Противопоставляя этот метод математическому моделированию, я вовсе не говорю, что математические закономерности не нужны – я лишь говорю, что их недостаточно. Хороший исторический сценарий в строгости логики не должен уступать математической модели, но при этом важно понимать, что экономические законы действуют не в вакууме, а в контексте общественных институтов, которые и формируют систему экономических взаимоотношений между людьми. Процессы, происходящие в обществе, математическими формулами описать нельзя – это уже как раз дело истории, а не математики.

Может показаться, что такой подход направлен на объяснение прошлого. Но на самом деле все наоборот – он направлен на объяснение будущего. Понимание предшествовавшего сценария дает возможность обоснованно судить и о будущем развитии событий. Поэтому такое изучение истории вовсе не является простым удовлетворением любопытства, а служит для решения конкретных проблем, существующих

здесь и сейчас.

Тем не менее нельзя сказать, что такой метод исследования является принципиально новым – в общем-то, все экономисты в той или иной мере обращались к истории в своих исследованиях (в самом деле, к чему им еще обращаться?). Но обращаться к истории можно по-разному. История испокон веков являлась объектом манипуляции в пропагандистских целях – ведь, как известно, «историю пишут победители». Точно так же, и у любого исследователя возникает соблазн воспользоваться этой «слабостью» истории для пропаганды своих взглядов.

Но это вовсе не значит, что историей нельзя пользоваться иначе. Подлинно научный подход к изучению истории требует определенного уровня интеллектуальной дисциплины. Во-первых, обращаться нужно именно к фактам, а не к интерпретациям. Во-вторых, не факты должны подбираться для подтверждения выдвинутой гипотезы, а гипотеза должна формироваться исходя из анализа фактов. В-третьих, сам анализ фактов должен представлять собой не статистический анализ и не вольную их интерпретацию, а целостный и логически последовательный сценарий, объясняющий все причинно-следственные связи между рассматриваемыми событиями. Уважение к фактам – это вообще главный принцип данного метода. При этом нет никакого смысла изучать историю «вообще» – это имеет смысл делать только исходя из некой конкретной, практической проблемы.

Несмотря на кажущуюся простоту указанных принципов, на поверку оказывается, что подавляющее большинство исследователей их не соблюдает. Говоря об этом, я не могу не процитировать статью известного американского экономиста своего времени Роберта Хокси, опубликованную им еще в 1906-м году:

«Сегодня это практически аксиома, что настоящее может быть понято только с учетом прошлого. Всеобщее принятие этого принципа должно указывать на триумф исторического духа и, соответственно, исторического метода. Если бы это было правдой, то, без сомнения, означало бы великий прорыв в науке. Но до какой степени это правда? Есть ли основания считать, что исторический дух и метод, с научной точки зрения, поняты какой-либо значимой частью современных исследователей и преподавателей? ... Действительно научный исторический метод используется лишь изредка в работах небольшого числа вдумчивых исследователей и мало на что влияет, так как его истинный характер и значение редко осознаются. ... Определенно, большинство исследователей думает и действует, более или менее осознанно повинувшись современному научному императиву, который требует, чтобы вещи объяснялись с точки зрения их происхождения и развития. Но, когда кто-либо сталкивается с конкретным вопросом, как эти повествования способствуют какому-либо объяснению в том или ином конкретном случае? Такое историческое повествование является „вводным“; оно

лишь предваряет описание ситуации, подлежащей объяснению; его факты не выбираются и не выстраиваются относительно какой-либо конкретной проблемы. ...Факт состоит в том, что существует огромная разница между историческим методом науки и этим обобщенным, беспорядочным историческим повествованием, которое является лишь пародией на него.» – *конец цитаты.*

На мой взгляд, сегодня эти слова столь же актуальны, как и сто лет назад, когда они были написаны. Разве что сегодня требование «объяснять вещи с точки зрения их происхождения и развития» более не является «научным императивом». В этом смысле экономическая наука в течение последних ста лет скорее деградировала, нежели развивалась.

О том, каким образом действительно стоит применять исторический метод, я, опять же, скажу словами Роберта Хокси:

«Чтобы понять исторический метод и использовать его в научной работе или в преподавании, мы сначала должны осознать, какова цель научного исследования и каким образом обращение к истории может помочь нам в достижении этой цели. Мы склонны думать о научном знании, как о самой цели, говоря о научном духе, как о простом стремлении к знаниям, стремлении понять текущую ситуацию, но разве не правда, что в реальности все научные исследования предпринимаются для содействия в реализации неких конкретных, жизненно важных интересов людей? ...Мы не пы-

таемся понять всю существующую ситуацию в целом – это было бы невозможно, но мы стремимся понять настоящее с точки зрения поставленных на кон интересов и насущных проблем. Исходя из этих целей, мы как ученые отправляемся в прошлое не для того, чтобы пытаться его „реконструировать“, но для того, чтобы пролить свет на практическую проблему, стоящую перед нами.» – *конец цитаты.*

Практическая проблема, вокруг которой построена вся эта книга, заключена лишь в одном простом и весьма приземленном вопросе: как извлекать прибыль? Как того и требует метод, этот вопрос является абсолютно практическим и актуальным для вполне конкретных участников реальной экономической жизни – коммерческих фирм, которые составляют основу современной экономики. Однако для того, чтобы содержательно ответить на него, нам придется отправиться к самым истокам зарождения коммерции и предпринимательства. Причем в процессе нам придется затронуть гораздо более широкий круг тем, чем можно представить исходя из самой постановки вопроса.

Как и положено любому хорошему исследованию, результатом всех этих поисков должна стать модель, объясняющая процессы, происходящие в реальной действительности. В рамках используемого здесь подхода модель формулируется не в виде набора математических формул, а в виде логически последовательного исторического сценария – нарратива, который, помимо действия объективных экономических

закономерностей, включает в себя действия, мотивы и социальные взаимоотношения экономических агентов.

Как проверить истинность такой модели? Очень просто – с помощью фактов. Изначально сценарий формируется на основе некоего исходного набора исторических фактов, но после того, как сценарий сформирован, должны быть выявлены и другие подтверждающие его факты, которые ранее не рассматривались. При этом факты, не вписывающиеся в логику сценария, наоборот, не должны обнаружиться, а если они обнаруживаются, то и сценарий можно считать неверным или неполным.

Разумеется, никто не может знать всех исторических фактов. Но нет и задачи сформировать теорию, которая станет догмой раз и навсегда – это как раз то, против чего направлен предлагаемый подход. Самое главное, чего такой подход позволяет добиться – это принципиальная опровержимость теории. Это и есть главное отличие научной теории от религиозной догмы – в современной философии данный принцип называется критерием Поппера.

Для подлинно научной теории обнаружение фактов, не вписывающихся в нее – это вовсе не смертный приговор, а способ нащупать границы применения теории и увидеть возможности для ее развития. Чтобы понять это, достаточно взглянуть на то, как развивались естественные науки – например, эйнштейновская физика ничуть не обесценила достижения ньютоновской, хотя и исследовала явления, кото-

рые ньютоновская физика не в состоянии объяснить. Напротив, в экономике следование взглядам одной научной школы, по сути, требует отказа от взглядов других – это свойство, как раз характерное для религий.

Но вернемся к историческому методу. Те же самые принципы проверки теории применимы не только к прошлым, но и к будущим событиям. Имея сценарий, который хорошо объясняет прошлые события (благо, недостатка в них нет – ведь история имеет свойство повторяться), его логику можно легко продлить в будущее, и таким образом сформировать прогноз, который затем тоже можно сверить с реальной действительностью. При этом важно понимать, что прогноз в данном случае вовсе не является простой декларацией ожидаемых в будущем событий, а представляет собой инструмент активного влияния на них – ведь то, как будут разворачиваться экономические процессы, всегда зависит от действий, предпринимаемых конкретными экономическими агентами. То есть прогноз в данном случае является сценарием будущего, который тот или иной экономический агент еще должен сам реализовать. Таким образом, с точки зрения данного метода, прогноз – это, прежде всего, руководство к действию и основной инструмент реализации изменений.

Такой подход к управлению изменениями разительно отличается от подходов, используемых в бизнесе на сегодняшний день. В общем и целом, суть существующих методов

управления изменениями сводится к следующему: вначале проводится анализ текущего положения дел (точка А), затем на основе результатов этого анализа формируется образ желаемого положения дел (точка Б), после чего разрабатывается и реализуется последовательность действий, необходимых для достижения желаемого состояния (маршрут между точками А и Б). Данные о результативности такого подхода я уже приводил ранее – 70% решений не приводят к желаемому результату.

На самом деле, ничего удивительного в этом нет – ведь такой подход основывается на крайне упрощенном, статичном восприятии окружающей действительности. Компании так часто не достигают точки Б по нескольким причинам. Во-первых, исходное состояние в реальности представляет собой не точку, а исторический процесс, который оказался в точке А лишь в определенный момент времени, и долго там не задержится, поэтому сама отправная точка проложенного «маршрута» все время смещается. Во-вторых, как внешняя, так и внутренняя среда организации меняет свое поведение в ответ на предпринимаемые руководством действия, и с каждым шагом на пути к точке Б появляются новые препятствия, которых ранее там не было. В-третьих, само искомое конечное состояние, точка Б, со временем часто теряет свою привлекательность из-за меняющихся обстоятельств – ведь точка Б является желанной лишь в тех конкретных условиях, которые существуют на момент «про-

кладки маршрута».

В отличие от описанного подхода к управлению изменениями, метод, используемый в данной книге, рассматривает исходное положение дел именно как исторический процесс, а не как статичную картинку. И главный вопрос в этом случае состоит не в том, в какую точку этот процесс необходимо направить, а в том, насколько вообще можно изменить его направление и как для этого нужно воздействовать на движущие им механизмы. Но для того, чтобы ответить на этот вопрос, вначале необходимо понять, как эти механизмы работают и какие силы ими движут. В общем-то, именно этому и посвящена данная книга.

Несмотря на всю широту затрагиваемых тем, я бы хотел еще раз подчеркнуть, что книга эта имеет достаточно узкую и сугубо практическую направленность – она призвана дать коммерческим структурам практическое понимание процессов, происходящих на рынке и внутри фирм. Понимание, которое они могли бы соотнести с повседневной реальностью своего конкретного бизнеса. И, на мой взгляд, нет иного способа такое понимание обрести, кроме как через изучение истории.

Тем не менее здесь важно понимать, что ни одну проблему в области бизнеса нельзя рассматривать изолированно. Как будет показано далее в книге, развитие любой фирмы неразрывно связано с развитием экономической системы в целом, и процессы, происходящие внутри любой фирмы, являются

отражением процессов, происходящих во всей экономике. Поэтому суть данной книги именно в том, чтобы сформировать целостную и непротиворечивую «картину мира», которая проливалa бы свет истинную природу механизмов, движущих развитием как отдельных фирм, так и всего рынка. Причем картина эта должна быть достаточно «приземленной», чтобы любой читатель мог проверить ее правдивость самостоятельно, с помощью своего опыта и общеизвестных фактов.

Темы, рассматриваемые здесь, являются весьма непростыми – не одно поколение экономистов и теоретиков менеджмента ломало над ними голову. Как будет показано далее в книге, успехи их в этом деле можно охарактеризовать известной притчей о слепых мудрецах, ощупывавших слона с разных сторон и делавших выводы о его природе лишь на основе той части его тела, которая им попала. Однако, на мой взгляд, лишь глубокий и целостный анализ истории развития экономики и бизнеса позволяет надеяться на прозрение и на шанс увидеть «слона» целиком. При этом немаловажной частью этой истории являются и сами взгляды «мудрецов», отражавшие дух своего времени – к ним мы тоже еще не раз обратимся.

Из-за глубины рассматриваемых тем эту книгу вряд ли можно отнести к легкому, «прогулочному» чтиву, но хорошая новость состоит в том, что использованное в этой книге описание экономических и социальных процессов с по-

мощью сценариев является интуитивно близким и понятным для большинства людей – ведь всем нам с детства нравится слушать истории. В общем-то, данная книга как раз и представляет собой «складный» набор «баек» об экономике и бизнесе, а потому, несмотря на всю серьезность рассматриваемых тем, должна читаться довольно легко. Причем, что немаловажно, правдивость этих «баек» любой читатель вполне в состоянии проверить самостоятельно. Пожалуй, на этом стоит завершить вступление и перейти к содержательной части – уверен, что она будет Вам полезна.

Часть I. Как работает рынок

Для того, чтобы вести дальнейший разговор о практических аспектах работы бизнеса, сначала нужно задать достаточно широкий контекст, в котором этот самый бизнес работает. Этот контекст – это рынок и формирующие его механизмы.

Чтобы получить реальное, практическое понимание того, что происходит на рынке, нам понадобится существенно пересмотреть общепринятые взгляды на экономику, заложником которых в той или иной мере сегодня является каждый из тех, кто на рынке работает. При этом цель данного раздела вовсе не в том, чтобы что-либо опровергнуть, а в том, чтобы дать читателю целостное понимание рыночных механизмов, которое он сможет сопоставить с реальной действительностью, непосредственно им наблюдаемой.

Итак, что же такое рынок? Если коротко отвечать на этот вопрос, то рынок – это совокупность двух тесно взаимосвязанных систем: системы разделения труда и финансовой системы. Как будет показано далее, взаимодействие двух этих систем является определяющим для процессов, происходящих на рынке, поэтому первая часть книги посвящена тому, как эти две системы формируются и как они влияют друг на друга.

О роли разделения труда

Современная глобальная экономика поражает разнообразием производимых товаров и используемых технологий производства. Однако при ближайшем рассмотрении оказывается, что при всем своем разнообразии абсолютно все производственные процессы имеют в своей основе один и тот же базовый механизм – разделение труда. Понимание принципов работы этого механизма является ключом к пониманию факторов, от которых зависит эффективность как отдельных фирм, так и всей экономики в целом. Причем, как будет показано далее в книге, без достаточного понимания явления разделения труда нельзя содержательно обсуждать не только тему производства, но и такие темы, как финансы, продажи, рыночная конкуренция и управление. Именно поэтому с этой темы я и начну свой рассказ.

Сама концепция разделения труда отнюдь не нова – первые известные упоминания о ней встречаются в труде «Республика» древнегреческого философа Платона. Впоследствии многие известные философы и экономисты, такие как Ибн Халдун, Адам Смит, Давид Рикардо, Карл Маркс и даже Чарльз Беббидж, более известный своими трудами по теории вычислительных машин, обращались в своих работах к теме разделения труда, и каждый из них привносил в нее что-то новое. Но эта, казалось бы, простая концепция на самом де-

ле является столь многогранной, что по сей день продолжает давать богатую пищу для размышлений, поэтому и я, пожалуй, вставлю свои «пять копеек».

Ранее я уже говорил о том, что рынок – это совокупность системы разделения труда и финансовой системы. При этом первая из двух систем, система разделения труда, как раз и является тем механизмом, который порождает такое явление, как экономический рост. Можно сказать, что, по сути, экономический рост – это не что иное, как рост производительности труда, происходящий при углублении специализации работников. И, как будет показано далее, все наблюдаемые нами внешние проявления экономического роста, такие как развитие технологий и увеличение разнообразия товаров и услуг, на самом деле являются лишь следствием углубления разделения труда.

Итальянский философ и экономист Антонио Серра еще в XVII веке писал: «Если ты хочешь узнать, какой из двух городов богаче, определи, каким количеством профессий владеют его жители. Чем больше профессий, тем богаче город». Эту мысль впоследствии развил Адам Смит, в результате чего родилась его знаменитая концепция разделения труда. В соответствии с этой концепцией, чем выше уровень разделения труда в экономической системе, тем выше производительность труда в ней. Действительно, если посмотреть на ситуацию с этой точки зрения, то оказывается, что развитие производств, происходившее в последние триста лет,

неизменно сопровождалось ростом уровня специализации работников и появлением новых профессий, на что и указал Смит в своем «Исследовании о природе и причинах богатства народов».

Однако здесь возникают два важных вопроса касательно принципа действия механизма углубления разделения труда. Во-первых, как и почему разделение труда вообще происходит? Во-вторых, за счет чего растет производительность при углублении разделения труда?

Как происходит технологическое разделение труда

Для того, чтобы ответить на первый вопрос, начать надо с того, что говорил о разделении труда автор, пожалуй, наиболее полного на сегодняшний день описания данного явления – Адам Смит. По мнению Адама Смита, возникновение разделения труда изначально обусловлено врожденными различиями природных способностей людей, а также их склонностью к обмену продуктами труда. По сути, этим объяснением экономическая теория пользуется и по сей день.

Тем не менее при взгляде на то, как работает реальный бизнес, становится очевидно, что этого объяснения явно недостаточно. С помощью природных различий можно объяснить географическое разделение труда – например, в России было бы глупо выращивать бананы, в то время как в какой-нибудь экваториальной стране нельзя добывать черную

икру. Но естественными различиями нельзя объяснить технологическое разделение труда, то есть разделение труда внутри фирм и между фирмами.

В самом деле, какими естественными, врожденными различиями работников определяется, например, то, какую операцию они выполняют на сборочном конвейере? Какими естественными различиями обусловлена специализация фирм на производстве тех или иных товаров при том, что все фирмы имеют примерно равный доступ к природным ресурсам и рабочей силе на рыночных условиях?

На эти проблемы впервые обратил внимание О. В. Григорьев и пришел к выводу, что технологическое разделение труда может осуществляться только административным путем, то есть в приказном порядке. Однако этим механизмом можно объяснить лишь разделение труда внутри фирм, но не между фирмами.

В своей книге «Эпоха роста» Григорьев утверждает следующее: «Не существует удовлетворительных объяснений, как в рамках рыночной экономики может происходить углубление разделения труда». Тем не менее в реальности оно происходит. Современные производственные цепочки состоят из множества фирм, взаимодействующих через рыночные механизмы, и все эти фирмы создавались и развивались в рамках рыночной экономики. Именно поэтому объяснение Григорьева ни в коем случае нельзя считать достаточным.

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.