

РАЗДЕЛ 3. Стратегическое управление

А.В. Бородина

МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ КАК ФИЛОСОФИЯ: ОБЩЕЕ В ОСОБЕННОМ (ПИТЕР ДРУКЕР, КОНОСУКЕ МАЦУСИТА, МЭРИ КЭЙ ЭШ)

В данной статье рассматриваются и сопоставляются некоторые теоретико-философские идеи П.Ф. Друкера, К. Мацуситы и М.К. Эш в области менеджмента и управления бизнесом, делается вывод о комплексном синергетическом характере основополагающих принципов философии менеджмента, невзирая на национальные, этнические и гендерные различия ее авторов.

Ключевые слова: философия менеджмента, стиль управления, синергетика, П.Ф. Друкер, К. Мацусита, М.К. Эш, бизнес-мемуары.

A.V. Borodina

MANAGEMENT AND BUSINESS ADMINISTRATION AS PHILOSOPHY: SIMILARITY IN DIVERSITY (P. F. DRUCKER, KONOSUKE MATSUSHITA AND MARY KAY ASH)

The article attempts to explore and juxtapose some theoretical and philosophical ideas of P.F. Drucker, Konosuke Matsushita and Mary Kay Ash in the field of management and business administration theory and practice. The author concludes by arguing that philosophy of management implies synergetic approaches and essential common principles despite of authors' national, ethnical and gender differences.

Keywords: philosophy of management, management style, synergy, P.F. Drucker, K. Matsushita, M.K. Ash, business memoirs.

Различие между преуспевающими предприятиями и теми, кто перебивается случайными результатами, лежит в философии, которую исповедуют руководители компаний (Коносукэ Мацусита, «Миссия бизнеса»).

Цель настоящей статьи – рассмотреть и сопоставить некоторые актуальные аспекты менеджмента и управления бизнесом в контексте философских идей Питера Фердинанда Друкера (1909–2005), Коносукэ Мацуситы (1894–1989) и Мэри Кэй Эш (1918–2001) – трех достаточно известных в России представителей менеджмента мирового масштаба, каждый из которых внес свой особый вклад в разработку теории и философии менеджмента, в то же время имея схожие взгляды на многие основополагающие теоретико-философские и практические принципы управления.

Философия бизнеса и менеджмента как система идей, ценностей и принципов, но в то же время весьма конкретных целей и задач вошла в научное пространство социальной философии сравнительно недавно – со второй половины двадцатого века, заняв в нём особую нишу

в силу своего не столько теоретического, сколько научно-практического, во многом прикладного характера. Одним из её основателей принято считать П.Ф. Друкера, который в традициях либерального гуманизма «рассматривал менеджмент не как точную науку, а как своего рода новую философию»: «вместо того, чтобы анализировать каждую возникающую задачу, он исследовал лежащие в их основе общие принципы управления, разработав язык, понятия и символы современного менеджмента» [3, с. 31]. Именно поэтому Друкера называют не только «экономическим мыслителем», но и «философом современного менеджмента» (хотя изучают его творчество преимущественно экономисты в рамках всемирной истории управленческой мысли, теории и практики менеджмента, экономической теории и т.п. [3]). Исследователи Друкера полагают, что главной составляющей его философии менеджмента является управление на основе поставленных целей и самоконтроля» [3, с. 30-31]. Такое целеполагание имеет большое практическое значение, так как представляет собой основу стратегического планирования для развития коммерческих, общественных и государственных структур и определения так называемой «философии» и/или «миссии» бизнес-компаний и общественных организаций.

Тем не менее, изучение оригинальных текстов Друкера и его обращений к читателям позволяет предположить, что сам Друкер себя философом не считал. С одной стороны, он рассуждает об обществе знаний, основанном на непрерывном образовании, которое способствует индивидуальному и общественному развитию и стимулирует развитие предпринимательского менеджмента и инноваций [3; 5]. С другой стороны, работы Друкера носят, по его собственным словам, в большей степени «практический характер, но в то же время не являются практическим руководством» [5, с. 7]. Думается, что на стиль и манеру подачи информации Друкера во многом повлиял его опыт консультационной и преподавательской деятельности, в том числе, семинары по вопросам инноваций и предпринимательства в высшей школе бизнеса при Нью-Йоркском университете. Во время этих семинаров его участниками «разрабатывались идеи и концепции, которые впоследствии испытывались на практике, оценивались, отшлифовывались и переосмысливались на протяжении многих лет консультационной деятельности» [5, с. 9]. Таким образом, можно сказать, что идеи Друкера в значительной степени повлияли (и продолжают влиять до сих пор) на ведущих мировых предпринимателей и развитие предпринимательства в США и других странах мира, на языки которых были переведены его книги [1; 3], но в то же время его подход к бизнесу – это скорее подход теоретика, преподавателя и консультанта, умеющего виртуозно стро-

ить теоретические и социально-философские обобщения на анализе «чужого» предпринимательского опыта.

Вместе с тем, в силу специфики философии менеджмента и управления бизнесом одним из её источников является философски осмысленный собственный опыт предпринимателей. С одной стороны, этот опыт может быть представлен в форме бизнес-мемуаров, когда в центре повествования – жизненный путь и предпринимательская карьера автора с попутными отступлениями философского характера (данная тема была затронута в [1]). С другой стороны, изложение взглядов, принципов и философских размышлений автора о людях, жизни и бизнесе может быть первичным, а события собственной жизни – вторичными, лишь иллюстрирующими основные тезисы и идеи. Кроме того, эти размышления, как правило, выходят за рамки одного лишь бизнеса и воспринимаются как часть (жизненной) философии автора в целом. Далее будут более подробно рассмотрены именно такие тексты, как-то: «Миссия бизнеса» Коносукэ Мацуситы [2] и «Mary Kay®: путь к успеху» Мэри Кэй Эш [4].

Данный выбор не случаен, но обусловлен рядом причин. Во-первых, хронологически обе книги были впервые напечатаны в одно и то же время – в 1984г. (практически одновременно с книгой П.Ф. Друкера 1985г. об инновациях и предпринимательстве [5]). Думается, не стоит считать эту дату аллюзией на роман-антиутопию Дж. Оруэлла, хотя в обеих книгах косвенно затрагиваются вопросы возможного общественного порядка, причём, скорее, утопического, чем антиутопического характера, основанного во многом на тех же философских принципах, что и управление бизнесом: так, философия, по мнению К. Мацуситы, может иметь большое государственное и политическое значение, поскольку помогает предпринимателям стать одной из групп влияния и полноправными участниками государственно-частного партнёрства: залогом тому является «создание предпринимателями своей собственной философии и убеждённости в правильности своих действий» [2, с. 106]. При этом важно «выработать свои идеалы и продвигать их среди коллег, потому что совместное видение способствует стабильности, прогрессу и единству целей» и будущему «широкому взаимодействию бизнеса и государства на основе согласия» [2, с. 107], «неустанно помня о том, что бизнес несёт ответственность за формирование новой эпохи» [2, с. 78]. Развивая далее идею о будущем отчасти в социалистическом духе и в чём-то перекликаясь с идеями Н.Г. Чернышевского в его романе «Что делать?», Мацусита поясняет: «речь идёт о том, что каждый из нас должен свободно и творчески трудиться, в максимально возможной степени опираться на

собственные достоинства и особенности. Будущее принадлежит нам. Мы должны сформировать видение, необходимое для выстраивания максимально позитивной, поддерживающей человека среды в следующем столетии. Мы должны начать двигаться в сторону будущего прямо сейчас» [2, с. 191–192]. М.К. Эш также вносит свою лепту в формирование представлений о будущем обществе: когда она «готовилась к написанию книги о своих принципах ведения бизнеса, то даже не представляла, что её идеи и взгляды одни бизнес-лидеры сочтут революционными, а другие эксцентричными... В то же время никто в мире бизнеса не подозревал о том, что произойдёт, если найти подход к умам и сердцам женщин. Мэри Кэй понимала, что в будущем для женщин должны были открыться широкие возможности, и тогда они смогут достичь очень многого» [4, с. 247–248], поскольку «сегодня, когда женщина достигает зрелого возраста и её дети покидают дом, она часто готова к значительным изменениям в своём образе жизни. Она чувствует, что выполнила традиционную задачу воспитания детей, и, находясь в творческом плане в фазе роста, начинает задумываться о других видах деятельности» [4, с. 124].

Далее, в продолжение той же хронологии, обе книги одновременно были изданы в России в 2010 г. Думается, что в период экономического кризиса российские читатели не могли не согласиться со словами К. Мацуситы о том, что «нашу эпоху часто называют «эрой неопределённости», и это действительно так. В наши дни практически невозможно более-менее точно предсказать развитие событий... Наше время всеобщего смятения бросает вызов людям с сильной мотивацией, заставляя их максимально использовать свои навыки для преодоления проблем и выхода из них ещё более сильными, чем раньше... Жизнеспособный менеджер должен быть готов к штормам. Он должен бесстрашно противостоять непредвиденным ситуациям» [2, с. 112]. Кроме того, Мацусита не был бы японцем, если бы не прибегнул к японским метафорам для описания повседневной действительности. Так, он сравнивает менеджера и предпринимателя с самураем: «В старину говорили, что самурай должен был готов сразиться с семью врагами, ожидающими его за порогом. Смерть могла его ждать за каждым углом, и именно эта готовность каждую минуту умереть заставляла других восхищаться им и относиться к нему с уважением. Менеджер сегодняшнего дня должен быть ещё более готовым к неожиданностям, чем самурай. Бизнес в наше время подобен хождению по тонкому канату, с которого можно упасть в любой момент. Расслабленное и безразличное отношение должно остаться в прошлом» [2, с. 112–113]. Со своей стороны, идеи М.К. Эш также

оказались весьма востребованы в эпоху кризиса. В силу своей специфики, структура её компании охватывает многие страны мира, включая Россию, поэтому в книге приводятся высказывания российских бизнес-лидеров, так называемых Независимых Национальных Лидеров Мэри Кэй®: «Мэри Кэй Эш оставила миру великолепное наследство – целую Компанию, соприкасаясь с которой каждый человек видит чудесные улучшения в своей жизни. Это не только великолепный ухоженный вид после классов по красоте, но и прекрасное настроение, ощущение своей значимости, желание стать лучшим, каким только ты можешь быть. Воплощение Золотого правила Мэри Кэй в жизнь помогает украшать этот мир» [4, с. 246].

Во-вторых, эпистемологически сравнительный анализ данных текстов интересен в силу бросающейся в глаза парадоксальности, контекстуальной несочетаемости и кажущейся несопоставимости творчества этих авторов. Так, например, К. Мацусита, описывая суть и цель своей книги, делает акцент на национальном / этническом признаке, причем скорее в философско-герменевтическом, чем в образовательно-познавательном ключе – его не столько волнует вопрос о воспроизводимости предложенных принципов и технологий в иных культурных и региональных контекстах («в связи с тем, что большинство моих читателей находится за пределами Японии, а манера ведения бизнеса и традиции в их странах сильно отличаются от наших, некоторые технологии и методы, описанные в книге, могут быть применимы не в полной мере» [2, с. 19]), сколько понимание читателем его идей и размышлений: «Если мои читатели (многие из которых уже работали с японскими бизнесменами), с помощью этой книги лучше поймут, что думают о бизнесе и менеджменте в Японии, моя цель будет достигнута» [2, там же].

В свою очередь, М.К. Эш уделяет основное внимание гендерному подходу. Главная цель её книги – написать книгу для женщин на основе женского опыта, поскольку «большинство книг о руководстве людьми были написаны *мужчинами* и *для мужчин*. Я верю, что женщины могут многому научиться с их помощью, но считаю, что мы не можем стать точными копиями наших партнёров-мужчин – потому что мы *другие*» [4, с. 14]. В связи с этим, в книге М.К. Эш «описано, в каких именно аспектах женщины *действительно* [Курсив М.К. Эш – А.Б.] мыслят иначе, чем мужчины. Эти различия никоим образом не означают, что женский способ мышления хуже или не совместим с мужским. Одной из моих целей при основании Mary Kay® было именно создание деловой атмосферы, в которой женское мышление не будет недостатком. В моей компании эту особую чувствительность

и таланты, часто называемые женской интуицией, будут поощрять, а не подавлять» [4, с. 17].

Кроме того, Мэри Кэй Эш также прибегает к аналогии с Японией, полагая, что различия между женским и мужским опытом велики настолько, насколько американский стиль предпринимательства далёк от японского, рассматривая и то, и другое в одной логической цепочке как антитезу: «женщины могут настолько же точно воспроизводить мужской стиль управления, насколько американский предприниматель способен при ведении бизнеса копировать японский деловой стиль. Это не значит, что американцы и японцы не могут учиться друг у друга – они могут и делают это. Подобным же образом и женщины могут многое почерпнуть у мужчин в области знаний о руководстве, но никогда не смогут точно скопировать мужской стиль управления» [4, с. 14]. (Следует отметить, что П.Ф. Друкер также сравнивает американские и японские предпринимательские стратегии, называя последние «предпринимательским дзюдо» и высоко оценивая их эффективность по сравнению с частой нерасторопностью американских менеджеров [5, с. 225–232]). Вместе с тем, японский предприниматель К. Мацусита полагает, что «в менеджменте нет единственного правильного ответа; у сотни предпринимателей будет сто разных методов ведения бизнеса» [2, с. 19].

Таким образом, поиск неких универсалий и общих черт в творчестве данных авторов может показаться неуместным. В то время как П.Ф. Друкер выстраивает теорию и философию менеджмента в целом, К. Мацусита рассуждает преимущественно о японском, а М.К. Эш – о женском бизнесе и образе предпринимательского мышления, причём каждый из авторов в силу этих причин справедливо считает свой опыт и идеи во многом уникальными и не воспроизводимыми в иной этнической, национальной и гендерной среде. Однако, несмотря на ярко выраженные, можно сказать, контрастные гендерные и национальные различия, представляется, что между этими авторами – японским мужчиной и американской женщиной – гораздо больше общего, чем может показаться на первый взгляд. Они оба практически современники, прожили достаточно долгую жизнь (Мэри Кэй Эш – 83, а Коносуке Мацусита – 94 года) и добились значительного и всемирно признанного успеха в бизнесе: Мацусита стал одним из богатейших людей в мире и основал компанию Matsushita Electric, выпускающую продукцию в сфере бытовой электроники под брендами Panasonic, Technics, National, а Мэри Кэй Эш вошла в список 25 самых влиятельных женщин Америки, получила титул «Женщина века» и создала Mary Kay® – компанию под своим именем, од-

ну из крупнейших косметических компаний прямых продаж в мировом масштабе, занимающую немалую долю и на российском рынке. Оба лидера бизнеса начинали с достаточно скромных стартовых условий, казалось бы, никоим образом не предполагавших последующего высокого взлёта бизнес-карьеры и всемирной славы, но, скорее, ставивших их в положение социальных аутсайдеров: так, Мацусита, младший из восьми сыновей в крестьянской семье, в возрасте 9 лет вынужден был покинуть своих разорившихся родителей и пойти на заработки, начав работать подмастерьем, и впоследствии так и не получил никакого формального образования [2, с. 10]. Мэри Кэй Эш в 1963 г. вышла на пенсию, всю жизнь ощущая на себе последствия гендерной дискриминации – так называемого «стеклянного потолка», при котором женщины не могли в полной мере реализовать свой потенциал и получать равное вознаграждение за равный труд [3, с. 15]. Оба решили поменять свою жизнь не столько ради денег, сколько в силу «позитивного мышления», «убеждения в том, что я нахожусь на пороге какого-то свершения» [4, с. 15–16] и восприимчивости к новому: «мы должны постоянно быть открыты к изменениям, попыткам сделать что-то новое или совершенно другое, а кроме того, мы должны держать руку на пульсе новых идей в бизнесе и менеджменте» [2, с. 65]. (В этом смысле К. Мацусита и М.К. Эш солидарны с П.Ф. Друкером, посвятившим большую часть своих книг теме инноваций и призывавшим воспринимать новое не как угрозу для финансового благополучия и стабильности, но как возможность для будущего развития бизнеса и личности самого менеджера и его сотрудников посредством совместного обсуждения потенциальных новшеств со всеми сотрудниками организации [5]: так, по словам М.К. Эш, в Mary Kay® «тщательно изучается возможность изменений. Более того, мы знаем, что люди положительно отреагируют на те изменения, в обсуждении которых они принимали участие» [4, с. 125]. К. Мацусита в целом также разделяет эту идею, называя её «концепцией партисипативного управления» или «промышленной демократией», которая представляет собой управление, «основанное на коллективной мудрости» всех сотрудников организации [2, с. 61]).

Опираясь на собственный опыт, оба автора считают одним из секретов своего успеха то, что, добившись его, нельзя почивать на лаврах: и К. Мацусита, и М.К. Эш включили в свои тексты главы практически с одинаковыми названиями – «Нельзя почивать на лаврах» у М.К. Эш [4, с. 169–177] и «Не почивайте на лаврах» у К. Мацуситы [2, с. 75–76]. Основные идеи, содержащиеся в этих главах, также во многом схожи. Так, М.К. Эш, ссылаясь на широко из-

вестную цитату из «Алисы в Зазеркалье» Л. Кэрролла [4, с. 169], предостерегает своих читателей о том, что «ничто не увядает быстрее, чем лавры, на которых почивают. Каждый должен следовать программе самосовершенствования. В современном динамичном мире невозможно оставаться на месте – вы движетесь либо вперёд, либо назад» [4, с. 5]. К. Мацусита рассуждает в том духе, что «в прошлом, если предприятие совершало ошибки, хорошая репутация могла их компенсировать. Теперь это не так. Не важно, насколько заслуженным и уважаемым является ваше имя. В наши дни бизнес, демонстрирующий некомпетентность или неадекватность, не получит ни гроша. Со временем он вообще исчезнет» [2, с. 76].

Кроме того, оба автора придерживаются одного и того же мнения о людях – сотрудниках, клиентах, потребителях, поставщиках – как о самом ценном своём активе. М.К. Эш считает людей основой компании, полагая, что «руководители зависят от эффективности работы своих подчинённых, а значит, этим определяется и успех компании. Хорошие работники – самый ценный актив организации. Люди важнее, чем планы» [4, с. 3]. Вслед за ней, К. Мацусита говорит о том, что «активом является каждый» [2, с. 40], причём желательно, чтобы эту идею разделяли не только руководители, но и работники предприятия, т.е. данный принцип носит обоюдный характер: «Я бы сказал, что менеджер должен уделять как минимум 70% своего внимания позитивным качествам своих подчинённых; 30% будет достаточно для работы с вопросами, требующими улучшений или изменений. Сотрудники со своей стороны должны постараться увидеть сильные стороны своего менеджера. Позитивные отношения с обеих сторон позволяют повысить уровень производительности всей команды и внесут свой вклад в личный рост каждого» [2, с. 41].

Наконец, оба автора написали свои книги примерно в одном и том же русле – суммируя свои знания, опыт и идеи, накопленные за долгие годы предпринимательской деятельности, и осмысляя их в философском ключе, стараясь не столько заявить о себе, сколько помочь другим: так, М.К. Эш, выйдя на пенсию, «решила составить список всех положительных событий, произошедших со мной за двадцать пять лет. Когда я заставила себя мыслить позитивно, моё настроение чудесным образом изменилось, прежний энтузиазм постепенно вернулся. Мне пришло в голову, что эти записи могут послужить основой для книги, цель которой будет помощь другим. Поэтому я пошла дальше и перечислила все проблемы, которые, по моему мнению, когда-либо мешали моей карьере... Я хотела, чтобы другим женщинам не пришлось переживать то, через что прошла я. Я поняла,

что эти списки могут превратиться в книгу, где будут описаны правильные методы управления людьми и их мотивирования» [4, с. 15–16]. В свою очередь, у К. Мацуситы сначала вышла книга «Размышления о человеке» – «перевод на английский язык одной из моих предыдущих работ, в которых я делился своими взглядами на природу человека. Читатели благосклонно восприняли книгу, многие захотели узнать ещё больше об идеях, связанных с бизнесом и менеджментом, которые я обдумывал на протяжении долгих лет. Книга, которую вы держите в руках, возникла в ответ на этот читательский интерес и повествует о моих подходах к бизнесу и менеджменту... Я мог бы сказать о бизнесе и управлении гораздо больше, чем позволяет ограниченное пространство этой книги, однако вместо того, чтобы попытаться полностью изложить все идеи, я решил поделиться своими мыслями, которые не только носят основополагающий характер для ведения бизнеса и управления, но которые я опробовал на личном опыте... Я добавил эту часть, чтобы помочь людям, которые испытывают сложности в принятии адекватных решений» [2, с. 18–19]. По этим либо по другим причинам, так или иначе, вопреки гендерным и национальным / этническим различиям, идеи К. Мацуситы и М.К. Эш во многом оказались схожими.

Таким образом, можно предположить, что залогом успешного и динамичного развития философии и целеполагания эффективного менеджмента и управления бизнесом, в том числе, является парадоксальность и гармоничная синергетическая «сочетаемость несочетаемого» – философских идей Запада и Востока, Инь и Ян, мужского и женского. Примером тому может послужить австрийско-американский экономист П. Друкер, не-философ, ставший одним из общепризнанных отцов-основателей философии менеджмента, чьи идеи нашли свое отражение в управленческой деятельности и философии бизнеса американской предпринимательницы М.К. Эш и основателя Matsushita Electric, японца К. Мацуситы, в свою очередь, повлиявших на развитие теории, философии и практики менеджмента в глобальном масштабе.

Библиографический список

1. Бородина, А.В. Питер Друкер и российские предприниматели-инноваторы: попытка анализа бизнес-мемуаристики / А.В. Бородина // Факторы развития экономики России: сборник трудов VIII Международной научно-практической конференции. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2016. – Ч. 1. – С. 8-13.
2. Мацусита, К. Миссия бизнеса (пер. с англ.) / К. Мацусита. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 193 с.
3. Овчинников, С.А. Питер Фердинанд Друкер как экономический мыслитель и философ современного менеджмента: монография / С.А. Овчинников. – М.:

Перспектива, 2016. – 112 с.

4. Эш, М.К. Mary Kay®: путь к успеху (пер. с англ. В. Кукушкиной) / М.К. Эш. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 256с.

5. Drucker P.F. Innovation and entrepreneurship: practice and principles / P.F. Drucker. – New York: Harper & Row, Publishers, 1985. – 288 p.

А.С. Головачев, Н.В. Шинкевич

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Раскрыто взаимодействие и влияние стратегического управления, инновационного развития и повышения конкурентоспособности предприятий на прибыль от их текущей деятельности. Методологической основой разрешения проблем повышения прибыли на основе реализации стратегического управления является системный подход.

Ключевые слова: прибыль, управление, системный подход, инновации, инновационная активность, конкурентоспособность, конкурентные преимущества.

A. Golovachov, N. Shynkevich

MANAGEMENT OF FORMATION OF PROFIT IN STRATEGIC ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

The article reveals the interaction and impact of strategic management, innovative development and increase of competitiveness of enterprises on their current profit. The authors employ systemic approach as the methodological basis to solve problems of profit increase on the ground of implementation of strategic management.

Keywords: profit, management, systemic approach, innovations, innovative activity, competitiveness, competitive advantage.

Актуальность проблемы управления прибылью обусловлена тенденцией ее снижения на предприятиях Республики Беларусь и необходимости повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования в условиях усиления конкуренции и ограниченных ресурсов. Низкие значения прибыли предприятий затрудняют осуществление расширенного воспроизводства основных средств, что в свою очередь снижает роль прибыли в процессах реконструкции, технического и технологического обновления производства и, в конечном итоге, сдерживает рост конкурентоспособности товаров и объемов выручки и, с другой стороны, «стимулирует» затратную экономику, снижает экономическую эффективность деятельности отечественных организаций. При практическом решении этой проблемы все меры по увеличению прибыли, как правило, сводятся к экономии затрат.

Исследование практики повышения прибыли на основе снижения затрат показало, что в последние годы на белорусских предприятиях наблюдается негативная тенденция к опережению темпов роста себестоимости производства и реализации продукции по отношению