

Питер Роше

О ТОМ, ЧТО МОГ бы сделать бизнес

Альфреду П. Слоуну, бывшему президенту и главному администратору известной компании «Дженерал Моторс», часто приписывают высказывание: «Дело бизнеса - делать бизнес». В течение некоторого времени это высказывание не только часто цитировалось, его «оттачивали», усиливая и уточняя, ведущие бизнесмены, политики и ученые в том пункте, где роль и ответственность бизнеса стала четко ограниченной - в бизнесе.

В соответствии с укоренившейся интерпретацией его роли, бизнес, особенно акционерные компании, стал приносить максимальную финансовую отдачу акционерам. В этом контексте задача руководства компаний состоит в разработке стратегии и структуры производства товаров и оказания услуг, а также завоевании «законного» круга потребителей «в целях получения максимальной финансовой отдачи».

Если принять во внимание, что большинство руководителей - членов коллегий и старших администраторов - больших акционерных компаний являются и основными акционерами, то нетрудно предположить, что именно их персональный интерес служит реальным мотивом, которым руководствуются ведущие деятели сферы бизнеса. В некоторые моменты их карьеры центр интереса смещается - от зарабатывания максимально возможной суммы денег к созданию репутации человека, зарабатывающего максимально возможные суммы денег. Такая репутация, в свою очередь, позволяет своему носителю зарабатывать еще большие деньги.

О большинстве бизнесов имеются утверждения об их видении перспектив, миссии и ценностей, и многие склонны видеть в этих утверждениях идеи, формирующие действия и поведение бизнесменов. И все же каждому такому утверждению недостает «примечания», которое гласило бы нечто вроде следующего: «Вышеизложенное находится на службе нашей главной миссии и ценности - делать деньги и как можно

больше, чтобы еще больше разбогатеть, а это в конечном счете - первейшая забота бизнеса».

Нам необходимо очнуться и осознать, что современная модель бизнеса и деятельность, которую она порождает, сводят все общественные потребности к деньгам.

Нас убаюкивает иллюзия, будто если и когда мы сделаем очень много денег, все образуется само собой. Мы либо не осознаем истинного положения, в котором находимся, либо так наивны, что готовы поверить, будто современная капиталистическая экономика свободного рынка является панацеей.

Для бизнеса одна из возможностей состоит просто в том, чтобы представить современную капиталистическую экономику свободного рынка как лучшее из того, что имеется и что вообще возможно, и в том, чтобы научиться жить и действовать в этой системе со всеми ее нынешними и будущими нежелательными сопутствующими эффектами (это о том, что небольшая группа людей очень разбогатеет, а со временем станет и еще богаче, тогда как остальные люди обеднеют).

Другая возможность для бизнеса состоит в признании того, что система, которую мы сейчас имеем, представляет собой артефакт и в качестве такового подлежит исправлению. В этом случае могли бы мы перестроить существующую ныне систему? Какие возможности имеются у нас, для того чтобы сделать это? И что мог бы сделать сам бизнес, если такая перестройка желательна?

Среди прочего бизнес мог бы сделать следующее:

- Бизнес мог бы заново изобрести свой собственный фундаментальный контекст, принципы деятельности, ценности и этику. В качестве контекста бизнес мог бы использовать то, что предприятия функционируют как элементы сложной адаптивной системы, которая также включает в себя социальные, политические и экологические системы.

- Бизнес мог бы выполнять свои предпринимательские функции, гарантируя

обеспеченность каждого человека на планете товарами и услугами для удовлетворения здоровых жизненных потребностей.

- Бизнес мог бы дать иное толкование тому, что именно означают здоровье и жизненная энергия людей для предприятий, правительств и неправительственных организаций, и очертить условия, отвечающие главенству факторов здоровья и жизнеспособности как единственного выбора, способного звучать удовлетворительно и согласно для всех.

- Бизнес мог бы переориентировать работу своих исследовательских институтов и используемые ресурсы с военных и оборонных целей на обеспечение роста жизненного уровня.

- Администрации компаний могли бы предъявлять инвесторам и акционерам в качестве достижений своей политики декларацию об этических кодексах и ценностях, - декларацию, подчеркивающую социально значимую цель деятельности компании, с тем чтобы зарабатывание денег становилось средством для достижения цели, а не самоцелью.

- Бизнес мог бы согласиться ограничить размеры личной собственности. После определенного уровня излишек личной собственности должен изыматься. При таком подходе критерием достигнутого успеха в обществе могло бы стать не только количество накопленных денег. Однако пока для крупного бизнеса все еще остается абсолютно приемлемым накопление такого богатства, какое могут или желают получить.

- Бизнес мог бы начать уважать, признавать и стимулировать социальное волонтерство и сделать так, чтобы добровольная общественная работа способствовала продвижению человека по служебной лестнице.

Программы обучения персонала и повышения квалификации могли бы быть связаны с его участием в механизмах демократии, с социальной ответственностью и охраной окружающей среды.

- Бизнес мог бы установить различие между работой как экономической

необходимостью, когда существует одна мера вознаграждения (работа для удовлетворения потребностей отдельных индивидуумов и семей), и работой как проявлением творчества. Последняя имела бы другую меру вознаграждения и оценивалась бы принесенной ею радостью самовыражения, хорошим настроением, ее вкладом в отношения с окружающими. Такая работа могла бы стать основой осознания индивидуумом себя личностью, ценности семейных уз, отношений между членами сообщества, национальной гордости и связи с остальным человечеством.

- Бизнес мог бы отвергнуть классические теории менеджмента как неадекватные и недостаточные в условиях современного мира. Он мог бы также способствовать широкому признанию того, что его попытки «самоконтроля» и «самоорганизации» не привели к решению проблем и, судя по всему, не будут успешными и в дальнейшем.

- Бизнес мог бы сделать так, чтобы все предприятия, в том числе и транснациональные компании, представляли собой территорию демократии, на которой для принятия определенных действий необходимо было бы собрать большинство голосов.

Такой подход мог бы расширить круг и число вопросов, по которым менеджмент мог бы предпринимать действия только в том случае, если последние будут одобрены голосованием держателей акций.

Власть, ресурсы и отчетность можно было бы разделить между местными представительствами, предназначенными для обслуживания своих местных акционеров.

- Бизнес мог бы превратить межнациональные предприятия в федерацию небольших предприятий, действующих на местном уровне в рамках общего договора, в партнерстве с гражданскими, правительственными и неправительственными организациями на благо всего сообщества.

- Бизнес мог бы расширить круг совладельцев предприятий, включив в него наемных работников и акционеров из числа местных жителей. Все держатели акций могли бы принимать участие в распределении дохода, создаваемом на предприятии, подобно

тому, как сейчас верхушка администраторов получает преференции, делая это в узком кругу.

- Бизнес мог бы разработать декларацию о правах и ответственности акционеров, которая стала бы основой регулирования деловых отношений.

- Бизнес мог бы созвать форум, на котором решение о «неприемлемости» в отношении чего-либо вырабатывалось бы сообща, с учетом последствий для всей системы. Бизнесу следовало бы относиться к «неприемлемому» как к угрозе жизнеспособности «космической станции Земля» - угрозе, которая каждого касается и в избавлении от которой каждый заинтересован.

Приведенный перечень того, что мог бы сделать бизнес, далеко не полон. Но дело не в количестве пунктов «мог бы сделать», а в деловых принципах, ценностях, этике и в результатах, к которым они приводят. Нужен фундаментальный пересмотр контекста и роли бизнеса в обществе. Мы обращаемся с призывом к ведущим бизнесменам, политикам, ученым, ко всем, кто имеет интерес в «приемлемом бизнесе», объединиться в поисках того, что нужно сделать, чтобы усилить положительные стороны бизнеса и исключить его негативное влияние.