ЛИВАЙ ГИЛЛАРД

ЛОГИКА ЭКОНОМИКИ

Как работают рынки,
выбор и благосостояние



Ливай Гиллард

Логика экономики

«Автор»
2026

Гилларда Л.

Логика экономики / Л. Гилларда — «Автор», 2026

Вложили больше, получили меньше. Сэкономили на мелочи, потеряли крупную сумму. Знакомо?Такие ошибки часто выглядят вполне разумными, пока не приходит счёт. «Логика экономики» помогает замечать подвох раньше. Почему щедрая премия портит работу команды? Когда выгодная покупка оборачивается убытком? Как добрые намерения делают людей беднее?Китайские притчи, басни и житейские истории объясняют то, за что в собственном бизнесе приходится платить живыми деньгами. Выберите вопрос, который болит прямо сейчас, и начните с него. Эту книгу стоит купить хотя бы ради привычки спрашивать себя: «А что произойдёт потом?»

© Гилларда Л., 2026
© Автор, 2026

Содержание

Часть 1. Путь жизни в экономике 5
Часть 2. Искусство ведения бизнеса в экономике 31
Пути диверсификации бизнеса 33
Конец ознакомительного фрагмента. 43

Ливай Гиллард
Логика экономики

Часть 1. Путь жизни в экономике

Экономика — это философия жизни, которая учит не тому, как разбогатеть или управлять государством, а тому, как правильно относиться к жизни. Только рассматривая экономику как философию жизни, можно увидеть глубокие размышления, стоящие за инструментами технического анализа.

Как отсеивать достоверную информацию

В книге «Новые рассказы о мире», посвящённой литераторам и ученым эпохи Вэй, Цзинь и Северных и Южных династий, рассказывается следующая история:

Великий наставник Си, находясь в Цзинкоу, поручил своему ученику передать канцлеру Ван письмо с просьбой о женихе для дочери. Канцлер ответил Си: «Пошли своего доверенного человека в восточное крыло и пусть выбирает, кого захочет». Ученик вернулся и доложил Си: «Все сыновья семьи Ван достойны похвалы, но, услышав, что вы ищете зятя, все вели себя сдержанно, за исключением одного юноши, который лежал на кровати с обнажённым животом, словно ничего не слышал». Си ответил: «Именно такой и нужен». Узнав, что это был Ишао, он выдал за него свою дочь.

И-шао из этой истории — это великий каллиграф Ван И-чжи. Эта история также является источником названия «восточная кровать» для зятя, откуда и возникли такие идиомы, охарактеризующие хорошего зятя, как «милый гость на восточной кровати», «милый зять на восточной кровати» и «лежащий на животе на восточной кровати».

Наши предки, вероятно, не знали о теории информационной асимметрии XX века, но их мастерство в отправке и отборе сигналов заставляет даже нас, современных людей, признать, что в этом мы им уступаем.

Рынок брака (экономисты рассматривают брак как сделку, что, казалось бы, лишает его человечности, но нельзя не признать, что в большинстве браков это действительно так) — это рынок с максимальной информационной асимметрией: у обеих сторон есть как открытая информация (внешность, рост, происхождение и т. д.), так и закрытая (характер, темперамент и т. д.). Если рассматривать претендента (желающего «продать» себя) как продавца, а получателя (желающего «купить» супруга) как покупателя, то это напоминает рынок подержанных автомобилей. Чтобы «продать» себя, претендент должен преувеличивать или даже фальсифицировать информацию в свою пользу (достаточно взглянуть на объявления о поиске супруга, чтобы понять это), а чтобы «купить» подходящего супруга, получатель должен отсеять эту информацию и выявить достоверные сведения, на которых будет основано его решение. Таким образом, для успешного брака очень важно, чтобы претендент посылал сигналы, убеждающие партнёра в достоверности своей информации, а принимающая сторона отбирала сигналы и выявляла достоверную информацию.

Конечно, информация может передаваться и через посредника — сваху. Однако у свахи слишком сильная личная заинтересованность в том, как передаётся информация: успешное знакомство приносит ей материальную выгоду или психологическое удовлетворение от того, что она помогла другим обрести счастье, из-за чего она может передавать ложную информацию обеим сторонам. У них есть стимул приукрашивать положительную информацию и скрывать отрицательную, в результате чего обе стороны часто оказываются обманутыми. Поэтому браки, заключённые по принципу «по велению родителей и по слову свахи», редко бывают счастливыми. Современные люди ценят свободную любовь, которая на самом деле представ-

ляет собой процесс обмена информацией между партнёрами. При достаточном обмене информацией браки чаще бывают счастливыми. А среди тех, кто влюбился с первого взгляда и поженился, не успев обменяться информацией, нередки трагедии и случаи домашнего насилия.

В эпоху династий Вэй, Цзинь и Северных и Южных династий свободная любовь ещё не была возможна, поэтому отправка сигналов и их отбор приобретали ещё большее значение. Великий наставник Си занимал должность, сопоставимую с сегодняшним премьер-министром; его дочь славилась добродетелями, талантами и красотой и, конечно же, была «покупателем» в браке. Хотя семья Ван также была зажиточной, дочь Си представляла собой чрезвычайно дефицитный ресурс, и все молодые люди стремились «продаться» семье Си, то есть выступали в роли «продавцов». Таким образом, молодые люди из семьи Ван посылали сигналы, а семья Си отбирала их.

Один из важных принципов подачи сигналов заключается в том, чтобы с помощью этого сигнала передать информацию, которая нужна другой стороне и имеет решающее значение для успеха. Все сыновья семьи Ван знали, что семья Си выбирает жениха не по деньгам и не по происхождению, а по личностным качествам. Поэтому посылаемый сигнал должен отражать личностные качества. Но способ подачи сигнала также очень важен: сыновья семьи Ван использовали «напускную сдержанность» для подачи сигнала, а это было неправильно. «Сдержанность» — это притворство, а значит, в ней есть нечто от мелочности новоиспечённого богача. Поэтому неудача сыновей семьи Ван заключалась именно в том, что они посылали сигналы неправильным образом. Думаю, И Шао тоже хотел жениться на девушке из семьи Си, но он не стал бы притворяться «скромным», а просто вел себя как ни в чем не бывало: «лежал на постели с обнаженным животом, словно ничего не слышал» — вот что значит «настоящий ученый-дворянин сам по себе изящен», ему не нужно притворяться. Характер — это естественное проявление внутреннего самосовершенствования, а притвориться им невозможно. То, что сыновья семьи Ван притворялись, только подтверждает, что их характер уступал характеру И Шао.

Умение великого наставника Си отбирать кандидатов тоже отличалось проницательностью — он не зря считался опытным политиком, пережившим немало потрясений. Он с первого взгляда понял, что те сыновья и племянники семьи Ван, которые притворялись «скромными», на самом деле не обладали аристократическим характером, а только те, кто не притворялся и выглядел естественно, были настоящими учеными-дворянами. Представьте себе, как И Шао, раскованно лежа на кровати с обнажённым животом, — разве это не поведение настоящего литератора? Великий наставник Си проявил проницательность, выбрав достойного зятя, и И Шао оправдал все ожидания.

На рынке информация у сторон сделки асимметрична: одна сторона всегда обладает большим объёмом информации, а другая — меньшим. Например, на рынке подержанных автомобилей информация об автомобиле делится на два вида. Один вид — это информация, доступная всем бесплатно, называемая открытой информацией, такая как внешний вид, модель, пробег; другой вид — это информация, известная только одной стороне, а другой стороне доступная только за высокую цену или вообще недоступная, называемая частной информацией, например, наличие скрытых повреждений и т. д.

В условиях информационной асимметрии сторона, обладающая большим объёмом информации (продавец подержанного автомобиля), может обмануть сторону, обладающую меньшим объёмом информации (покупателя), продав неисправный автомобиль под видом исправного; это называется «моральным риском». В то же время покупатель может рассматривать все выставленные на продажу подержанные автомобили как самые плохие, в результате чего более качественные подержанные автомобили не будут выставляться на продажу; это называется «обратным отбором». В таком случае информационная асимметрия делает невозможным проведение сделок с подержанными автомобилями. Чтобы такая выгодная для обеих сторон сделка состоялась, продавец должен надлежащим образом подать сигнал, кото-

рый вызовет доверие у покупателя, а покупатель, в свою очередь, должен отсеять правдивую информацию из бесчисленного множества сигналов. Подача и отбор сигналов представляют собой важную проблему.

В реальном мире информация всегда асимметрична, и каждому приходится либо посылать сигналы, либо отсеивать их. Эти два хода И Шао и Си Тайфу заслуживают нашего внимания. Многие люди на рынке брачных отношений посылают бессмысленные и недостоверные сигналы вроде «есть машина, есть квартира, нежный характер», а студенты, ища работу, даже прибегают к пластической хирургии, чтобы послать сигнал о своей красоте. Эти сигналы, пожалуй, не только бесполезны, но и могут иметь обратный эффект. А некоторые, сталкиваясь с хаосом сигналов, не умеют их отфильтровывать и в результате попадают в ловушку. Внимательно прочитайте эту историю — я думаю, она даст вам немало пищи для размышлений.

Преодоление человеческих недостатков

Многим неудачникам перед провалом кто-то давал советы, но они всё равно поступали по-своему. Как раз наткнулся на одну притчу из книги «Юнсяйлу», написанной литератором эпохи Мин, и решил привести её здесь, чтобы мы все могли извлечь из неё урок.

Однажды слепой переходил мост через пересохшую реку и поскользнулся, упав вниз. Он ухватился обеими руками за перила, боясь упасть в реку. Проходившие мимо люди говорили ему: «Отпусти руки, в реке нет воды, а до земли не так уж и высоко». Слепой не слушал, пока не изнемог от усталости, отпустил руки и упал на землю, оставаясь невредимым. Он сказал: «Если бы я знал это раньше, зачем мне было так мучиться?»

Отказ слепого прислушаться к советам других означал лишь немного больше усталости, но если в бизнесе упорно не прислушиваться к мнению окружающих, это может привести к серьезным потрясениям и даже к полному краху. Таких «слепых» было много в прошлом, есть много сейчас и будет много в будущем.

Один мой друг хотел заняться производством напитков. Я знал, что он не был крупным бизнесменом с солидным капиталом, и отговаривал его от этой затеи. Ведь для выхода на рынок напитков нужна реклама, а на рекламу уходят огромные деньги. Напитки, конечно, приносят прибыль, но сначала нужно вложить кучу денег, сначала нужно «сжигать деньги», и если не можешь себе этого позволить, то вряд ли добьешься успеха. Я также рассказал ему об истории успеха таких брендов, как «Сяришо» и «Лулу». Он считал, что его напиток обладает уникальными особенностями и не нуждается в рекламе, и настоял на том, чтобы продолжить дело. Я не знал, что ответить — в конце концов, это не мои деньги, зачем же так переживать? Через год я снова встретил его, и он сказал, что в итоге не добился успеха.

Подобных примеров можно привести ещё много.

Почему так происходит? Экономисты-поведенцы, использующие психологический анализ для изучения поведения людей, обнаружили, что чрезмерная самоуверенность является одной из слабостей человеческой натуры, причём у мужчин она выражена сильнее, чем у женщин. Один из примеров: когда люди добиваются успеха в спекуляциях на фондовом рынке, они считают, что правильно проанализировали рынок, удачно выбрали момент, и что это проявление их личного ума и таланта. Когда же люди терпят неудачу в спекуляциях на фондовом рынке, они жалуются на невезение, считая, что дело не в таланте, а в судьбе. Еще одна причина заключается в том, что в мире информационной асимметрии слишком много сигналов, несущих ложную информацию, что вызывает недоверие между людьми; зачастую обман одного человека воспринимается как обман всех, а случайный обман — как постоянный. Мой друг, вероятно, относится к первому типу, а слепой — ко второму. Мой друг собственными силами добился успеха, поэтому его уверенность вполне естественна. Слепой, возможно, был обманут, причём, возможно, не один раз, поэтому его недоверие к другим вполне объяснимо, тем более что наличие воды действительно может быть вопросом жизни и смерти.

Для обычного человека, из-за человеческих слабостей или пережитых обманов, не прислушиваться к советам других вполне допустимо. Но для предпринимателя это опасно. У каждого успешного предпринимателя бывали моменты славы, но история не означает вечность. Человек не может вечно не совершать ошибок. Согласно исследованиям экономистов, жизненный цикл предпринимателя состоит из пяти этапов: становление бизнеса, поиск и реформы, формирование стиля, всестороннее укрепление и застой и препятствия. В этом процессе одной из причин роста, стабилизации или спада результатов деятельности предпринимателя является объем получаемой информации. Вначале он может прислушиваться к различным мнениям, источники информации широки, но после достижения успеха из-за чрезмерной уверенности в себе количество внешних источников информации сокращается, и он даже не способен принять информацию, даже если она поступает. Если обычный человек не прислушивается к советам других, это не является чем-то серьезным, но если предприниматель, возглавляющий предприятие с несколькими тысячами или даже десятками тысяч сотрудников, не прислушивается к советам окружающих, это может привести к серьезным ошибкам, от которых пострадает не только он сам, но и сотрудники, и общество в целом. Поэтому предприниматель обязательно должен понимать и преодолевать такой недостаток человеческой натуры, как чрезмерная самоуверенность.

Конечно, предприниматель не должен становиться «добродетельным человеком», который слушает всё подряд. У разных людей разные взгляды: если прислушиваться ко всем, как тогда принимать решения? Здесь необходимо уметь отбирать информацию, то есть выделять правильную информацию из огромного потока. Возможно, многие советы даются с благими намерениями, но то, что сделано с добрыми намерениями, не всегда правильно. Поэтому я не сержусь, когда мой друг не прислушивается к моим советам. Я имею право высказываться, а он — право выбирать. Отбор информации — дело нелегкое, но вполне выполнимое. Например, слепой человек должен судить о правильности информации по голосу. Если его убеждает опустить руку пожилой, искренний голос, ему стоит поверить. Если же его убеждает молодой, немного льстивый голос, то, скорее всего, к этому можно не прислушиваться. Конечно, это всего лишь вывод, основанный на опыте, но каждый из жизненного опыта накапливает определенные навыки оценки правильности или ошибочности информации и развивает свое «чутье». Зрелый предприниматель должен обладать способностью оценивать достоверность информации, обдумывать ее на основе широкого круга мнений, и ни в коем случае не отвергать предложения других, не дослушав их до конца.

Мы надеемся, что предприниматели будут больше прислушиваться к мнениям других и не будут поступать как тот слепой, но мы также должны признать, что предприниматели — тоже люди, и наличие некоторых человеческих слабостей вполне нормально. Вопрос заключается в том, как с помощью определенной системы предотвратить ошибки, которые предприниматель может совершить из-за того, что не прислушался к мнению других. Для этого необходимо создать систему принятия решений на уровне совета директоров, чтобы с помощью институциональных механизмов избежать личных ошибок. Когда компания еще мала, принятие решений одним человеком вполне допустимо.

Такой подход имеет преимущества в виде гибкости и оперативности, что позволяет не упустить ценные коммерческие возможности. Когда компания становится крупной, роль самого предпринимателя по-прежнему важна: во многих ситуациях часто требуется человек, способный смело принимать окончательные решения. Однако если руководство всегда находится в руках одного человека, то из-за человеческих слабостей и ограниченности способностей высока вероятность совершения серьезных ошибок при принятии решений. В этом случае необходима система демократического принятия решений. Если есть совет директоров, то есть и директора, и важные решения должны приниматься советом директоров; даже если вы занимаете высокий пост председателя совета директоров, вам придется прислушиваться к мнениям

других. Нельзя, как мой друг, просто отмахнуться от моего мнения и не придавать ему значения. Именно в этом заключается использование институтов для преобразования человеческой природы и устранения её слабостей. Мы выступаем за демократическое принятие решений в компании не ради той фальшивой демократии, когда все единодушно поднимают руки, и не для того, чтобы из-за демократии упустить благоприятный момент, а для того, чтобы больше прислушиваться к мнениям со всех сторон и совершать меньше ошибок.

Люди часто сочувствуют слепым, считая их жалкими. Как в этой притче, ошибки, которых не допустил бы зрячий человек, доставляют слепому огромные страдания. На самом деле, с точки зрения неспособности прислушиваться к мнениям других, мы все слепы. Не слушать никого и поступать по-своему — разве это не то же самое для предпринимателя, что слепой, едущий на слепой лошади? Все знают, что слепой понесёт убытки, но никто не догадывается, что, не прислушиваясь ни к чьему мнению, он понесёт убытки гораздо большие, чем слепой — ведь слепой действует гораздо осторожнее. Запомните эту притчу, и вам не придётся висеть на мосту и страдать.

Желание — это не жадность

С древних времён и по сей день, как в Китае, так и за рубежом, существует множество басен, высмеивающих человеческую ненасытность. Возьмём одну из них, не слишком известную широкой публике.

Лю Чжицин из династии Мин нельзя назвать знаменитостью — он был всего лишь чиновником в Министерстве ритуалов в эпоху Ванли, а его сочинение «Священная игра» также не является каким-то известным произведением, но одна из притч под названием «Старуха Ван варит вино» довольно интересна. Старуха Ван зарабатывала на жизнь изготовлением вина. К ней часто приходил даос, чтобы переночевать, и, выпив несколько сотен кувшинов вина, так и не заплатил. Старуха Ван не придавала этому значения. Однажды даос сказал: «Я выпил у тебя столько вина, а денег у меня нет, так что я выкопаю тебе колодец». Когда колодец был выкопан, из него хлынуло только хорошее вино. Старуха Ван, естественно, разбогатела. Позже даос снова пришёл и спросил у неё, хорош ли вино. Старуха ответила: «Вино, конечно, хорошее, но нет винных дрожжей, чтобы кормить свиней». Услышав это, даос улыбнулся и написал на стене стихотворение: «Небо высокое — но не самое высокое, сердце человека — выше всего. Продаёт вино из колодца, а ещё говорит, что нет винных дрожжей». Написав это, он ушёл, и с тех пор из колодца больше не текло вино.

Эта история имеет сходство с рассказом Пушкина «Золотая рыбка и рыбак», однако я уверен, что Пушкин не нарушил авторские права. То, что люди из разных эпох и разных стран создавали одинаковые басни, свидетельствует об универсальности этого явления.

Экономисты признают, что эгоизм — это человеческая природа, то есть цель экономической деятельности человека заключается в максимизации личной выгоды. Этот эгоизм проистекает из человеческих желаний. У человека есть семь чувств и шесть желаний; даже такой строгий мудрец, как Конфуций, признавал: «Еда и секс — это природа человека». Для удовлетворения этих желаний необходимы материальные или духовные блага. Только имея деньги, можно приобрести товары и услуги, удовлетворяющие самые разные желания. Поэтому стремление человека к максимизации личной выгоды и желание заработать как можно больше вполне оправданы. Особенностью человеческих желаний является их безграничность: как только одно желание удовлетворяется, возникает новое, и так бесконечно. Именно эта безграничность желаний движет прогрессом человеческого общества. В этом смысле желания являются движущей силой общественного прогресса. Если бы у человека не было желаний и стремления к их удовлетворению, общество не смогло бы развиваться.

Традиционные этические взгляды считают желания источником всех зол и проповедуют принцип «сохранять небесную принцип, искоренять человеческие желания», что является подавлением человеческой природы. Одобрение экономистами желаний и эгоизма, несо-

мненно, является историческим прогрессом. Однако следует особо подчеркнуть, что желания и эгоизм не тождественны жадности. Адам Смит в «Богатстве народов» подтвердил обоснованность эгоизма, порождаемого желаниями, но строго разграничил эгоизм и жадность. Другой его знаменитый труд — «Теория нравственных чувств», где термин «нравственные чувства» обозначает способность человека сдерживать свои личные интересы. Книга «О моральных чувствах» как раз и призвана объяснить, как эгоистичный человек может контролировать свои личные желания и поступки в обществе, благодаря чему общество, состоящее из эгоистичных людей, становится также нравственным обществом. Смит явно выступал против алчности. Эти два его труда составляют концепцию идеального рыночного общества, в котором признается эгоизм, но при этом алчность сдерживается с помощью нравственных принципов.

В чём же разница между желанием и алчностью? Желание — это законное стремление человека, которое должно соответствовать его способности удовлетворить это желание. Иными словами, желание — это то, что можно удовлетворить собственными силами или достичь, приложив усилия законными способами. Алчность же заключается в стремлении удовлетворить недостижимые желания. В приведенной выше притче то, что из колодца можно добыть и вино, и винные дрожжи, является нереализуемым, поэтому желание старухи Ван иметь и вино, и винные дрожжи не является законным желанием, а превращается в алчность. В реальности желание состоятельного человека купить автомобиль является законным и может способствовать развитию автомобильной промышленности и экономическому процветанию. Однако желание человека, не имеющего ни гроша за душой, немедленно обзавестись автомобилем, относится к категории алчности. Нереалистичное стремление сделать то, что вам совершенно не по силам, превращает желание в алчность.

На первый взгляд, желания и алчность кажутся безграничными, но на самом деле между ними существует принципиальная разница. Американские психологи делят потребности, возникающие из желаний, на пять уровней. Обычно, когда желание одного уровня удовлетворено, возникает новое, а самореализация на самом высоком уровне не имеет предела. Это означает, что нормальные человеческие желания должны возникать по мере роста возможностей. Например, когда ваш доход позволяет удовлетворить основные жизненные потребности, у вас могут появиться новые желания, такие как покупка автомобиля. Это и есть нормальное обновление желаний. Если же вы не можете даже наесться досыта, но целыми днями мечтаете о покупке автомобиля, это, скорее всего, можно считать жадностью.

Одной из важных причин, по которой следует проводить различие между эгоизмом, желаниями и жадностью, является то, что желания побуждают человека усердно работать, а жадность толкает его на преступления. Продолжая предыдущий пример: когда вы, удовлетворив основные жизненные потребности, захотите купить автомобиль, вы будете усердно работать для достижения этой цели — либо добиваясь высоких результатов на своей основной работе, либо подрабатывая, — и всё это принесёт пользу всему обществу. Но если речь идет о жадности, когда человек каждый день думает только о том, как быстро разбогатеть, он с большой вероятностью встанет на путь преступления. Многих именно жадность толкает на путь, с которого нет возврата — от грабителей до коррумпированных чиновников. Между желанием и жадностью зачастую лежит всего один шаг, но, как гласит истина, один шаг — и ты уже в заблуждении.

Человеческое стремление очень легко превращается в алчность. Смит неоднократно подчеркивал разницу между ними, именно потому что видел такую возможность. Как только стремление общества к богатству превращается в алчность, оно становится грабежом природы; как только стремление человека к богатству превращается в алчность, он перестает усердно трудиться и начинает искать обходные пути.

Способом предотвращения превращения желания (движущей силы усердного труда) в алчность (источник преступности) на личном уровне является повышение собственной нрав-

ственной самодисциплины. Об этом же часто наставляли нас древние мудрецы. Однако одних лишь таких наставлений недостаточно. На уровне общества необходимы институциональные меры предосторожности, а именно сдерживающее воздействие закона. Суровое наказание жадных преступников призвано служить предупреждением для других. Точно так же, как наказание, наложенное даосом на Ван По, заключалось в том, что она не смогла получить даже вина. Даос не только наказал Ван По за её жадность, но и предупредил потомков, чтобы они не брали с неё пример.

В реальности таких «старух Ван» слишком много, и в условиях современной рыночной экономики чтение этой притчи приобретает особую значимость.

Любовь к деньгам — не грех

С тех пор как деньги стали символом богатства, в человеческом обществе разыгрываются одна за другой трагикомедии. Обычные люди, гоняясь за деньгами, с одной стороны, способствуют прогрессу общества, а с другой — приносят бесчисленные беды. Святые и мудрецы, стремящиеся к духовному удовлетворению, считают деньги источником всех зол, и басни, сочиненные ими, направлены на отказ от денег. Басня «Страдания от денег» из древнеиндийского сборника «Пять книг», написанного в I веке до нашей эры, как раз отражает эту идею.

В этой притче рассказывается, что в уединённом месте стоял храм, в котором жил странствующий монах, просящий милостыню; он жил в бедности, но был счастлив. Со временем храм стал пользоваться большой популярностью, и люди часто приносили туда в дар ценные вещи. Монах продавал эти подношения и накопил много денег. С тех пор как у него появились деньги, монах перестал доверять кому бы то ни было: днём и ночью он прятал деньги под мышкой, постоянно опасаясь, что их украдут. Это лишало его душевного покоя и причиняло невыносимые страдания. Автор приходит к выводу: «Деньги — это не добро. Страдание приносит как их добывание, так и стремление удержать уже полученные деньги. Страдание приносит и их потеря, и их трата». Одним словом, деньги стали источником страданий.

«Пять свитков» как буддийская притча отражают принцип «ценить духовное, пренебрегать материальным; ценить будущую жизнь, пренебрегать настоящей». Хотя в наши дни, когда материальные желания бушуют, эта идея действует как протрезвляющее средство, она все же довольно односторонняя.

Экономика изучает поведение людей. Самая сущностная черта человеческого поведения — наличие чёткой цели. Конечной целью всех человеческих действий является обретение максимального счастья. Для отдельного человека основой максимизации счастья являются деньги — каким бы ни было его представление о счастье: материальные удовольствия, духовные наслаждения, свобода выбора или реализация какого-то идеала, без денег об этом не может быть и речи. В этом и заключается смысл высказывания «без денег невозможно быть счастливым». Сумма счастья каждого человека называется общественным благосостоянием, поэтому конечной целью общества является максимизация благосостояния всего общества (каждого человека).

В бедном обществе о благосостоянии не может быть и речи. Подумайте о тех бедных, отсталых странах, где бушуют гражданские войны: сколько людей там страдают и находятся в безысходном положении — как можно говорить о каком-либо общественном благосостоянии? Деньги действительно важны. Без денег невозможно сохранять высокомерную гордость; если даже выжить трудно, как можно говорить о духовной цивилизации, свободе или идеалах? В буддизме говорится: «Четыре стихии — пустота». На самом деле, если исчезнет богатство, проповедники не смогут выжить — как они тогда смогут сидеть и рассуждать о доктрине? Многие считают деньги грязью — либо потому, что у них их слишком много (как говорил Лу Синь, потрогайте их живот, и вы наверняка найдёте там много непереваренного куриного, утиного, рыбного и мясного), либо потому, что они лицемерны: с одной стороны, они говорят о зле денег, а с другой — ищут способы нажиться — как монах из этой притчи, которых в реальности

слишком много. Поэтому современная экономика с полным правом говорит о зарабатывании денег, о процветании страны и благосостоянии народа, и изучает это как научную дисциплину.

Но наличие денег у человека не обязательно означает счастье — таких людей, как богатый, но страдающий монах из этой притчи, немало. Интриги и вражда в богатых семьях — это как раз те страдания, которые приносит богатство. Большое богатство общества — высокий и быстро растущий ВВП — не обязательно означает высокий уровень благосостояния. Если рост ВВП сопровождается серьезным ущербом для окружающей среды и обострением противостояния между богатыми и бедными, то в грязном и нестабильном обществе о благосостоянии не может быть и речи. Похоже, всесторонний взгляд на вещи заключается в том, что деньги — это и благо, и беда, и добро, и зло. Однако просто так говорить — это уже похоже на софистическую диалектику: с виду всесторонний подход, а на самом деле — бесполезная болтовня. Экономика не занимается подобной чепухой. Экономический анализ проблем всегда неотделим от конкретных условий, поэтому экономисты не утверждают ни того, что деньги всемогущи, ни того, что деньги — это зло. Они рассматривают деньги как нейтральный фактор и исследуют, при каких условиях деньги являются благом и добром, а при каких — бедствием и злом.

Что такое деньги на самом деле, зависит от того, как их получают и как их используют.

Для отдельного человека, если он честным трудом разбогател и умеет тратить деньги на то, что приносит ему счастье, а не просто зарабатывает и копит их, как тот монах, деньги могут принести счастье. Сам процесс накопления богатства трудом — это уже счастье; для многих важно не столько получение денег, сколько сам процесс борьбы за них. В этом случае деньги символизируют успех. Те, кто разбогател за одну ночь за счёт коррупции или грабежа, не только лишены такого счастья, но и испытывают страх — коррумпированные чиновники, наверное, с трепетом смотрят романы или фильмы о борьбе с коррупцией.

Без чувства безопасности, проводя каждый день в постоянном страхе, как тот монах, о счастье и речи быть не может. Точно так же трудно обрести счастье, тратя деньги на еду, выпивку, разврат и азартные игры, ведя разгульную жизнь. Человек, который использует деньги для удовлетворения своих законных материальных и духовных потребностей, безусловно, счастлив. Но счастье человека не исходит исключительно из личных удовольствий, оно также проистекает из потребностей самого высокого уровня — самореализации. Британский классический экономист Адам Смит считал, что в природе человека заложено сострадание, любовь и забота о ближних. Использование денег для помощи другим, пожертвования на благотворительность, удовлетворение этой стороны своей человеческой природы — всё это также является источником счастья. В этом случае предельная полезность собственных денег также не будет уменьшаться.

С точки зрения общества, то, как создается и используется ВВП, определяет, сможет ли он повысить общественное благосостояние. Правильный путь к увеличению ВВП заключается в увеличении вложений труда и капитала, а также в повышении производительности за счет технического прогресса. Если же ВВП увеличивается ценой нарушения экологического баланса и усугубления поляризации между богатыми и бедными, то его рост, напротив, приведет к снижению общественного благосостояния. Точно так же ВВП должен использоваться для повышения благосостояния всего общества, то есть нельзя использовать ВВП для внешней агрессии или гегемонизма, нельзя использовать ВВП для удовлетворения желаний меньшинства, и тем более нельзя использовать ВВП для реализации каких-то показных имиджевых проектов или проектов, направленных на улучшение политических показателей. Придерживаясь такого взгляда на ВВП, его рост, безусловно, является благом и добром.

Книга «Страдания денег» призывает людей не любить деньги. Но если сформировать правильное отношение к деньгам, что плохого в любви к ним? Цель буддизма — спасение всех существ, то есть доставка их на тот берег, в рай. Деньги на самом деле и есть та лодка, которая спасает всех живых существ. Страдание монаха заключается не в том, что у него есть деньги,

а в том, что он не умеет ими пользоваться. Если потратить деньги на помощь бедным, разве это не будет «Амитабха»?

Почему сделка является взаимовыгодной

В басне «Ценность» обмен объясняется следующим образом:

Один мужчина выкопал на своей земле великолепную мраморную статую. Коллекционер произведений искусства купил эту статую за большую сумму. Продавец, поглаживая кучу денег, воскликнул: «Сколько славы и богатства принесет эта сумма! Неужели кто-то готов отдать столько денег за кусок камня, который пролежал под землей тысячи лет и никому не был нужен?» Коллекционер, внимательно рассматривая статую, подумал: «Какое виртуозное произведение искусства! Неужели кто-то готов обменять его на несколько грязных монет?» Оба почувствовали удовлетворение: сделка оказалась для них взаимовыгодной.

Эта притча, рассказанная литератором, имеет глубокий экономический смысл. Современные экономисты обнаружили, что на самом деле ценность не заключается в количестве труда, вложенного в предмет, а в субъективной оценке, которую ему дают люди. Стоимость того или иного предмета зависит не от того, сколько труда на него затрачено, а от того, как его оценивают другие люди. Стоимость субъективна, а не объективна. Продавец считает, что деньги ценнее статуэтки, а коллекционер — что статуэтка ценнее денег; это их личные оценки денег и статуэтки, не имеющие никакого отношения к объему труда, затраченного на их создание.

Согласно традиционному представлению, обмен является эквивалентным, то есть обмен равных объемов труда. Согласно этому объяснению, обмен представляет собой обмен различными предметами, содержащими равные объемы труда, с целью взаимного обмена необходимым. Однако эта теория не может объяснить многие явления, наблюдаемые в реальности. Оперный певец должен не только обладать хорошим голосом, но и пройти строгую профессиональную подготовку, но билет на его концерт стоит всего 180 юаней. А билет на концерт исполнителя популярной музыки, которому достаточно хорошего голоса, даже если он не умеет читать ноты, может стоить 500 юаней и даже больше. Неужели труд, затраченный исполнителем популярной музыки на исполнение одной песни, в три раза превышает труд оперного певца? Молодой человек готов потратить половину своей месячной зарплаты на билет за 500 юаней, чтобы послушать пение исполнителя популярной музыки, в то время как человек среднего возраста, зарабатывающий столько же, считает, что это абсолютно не стоит таких денег. Они выполняют одинаковую работу, вкладывают одинаковый труд, так почему же при обмене на право послушать песню их позиции расходятся? Похоже, такое объяснение «взаимновыгодного обмена» неверно. На мой взгляд, объяснения этих так называемых экономистов уступают даже современному ливанскому писателю Гиблену.

У каждого свои предпочтения, и оценка одного и того же предмета у всех разная. Продавец считает, что статуэтка ничего не стоит, а коллекционер — что она чрезвычайно ценна. В таком случае сделка между ними тоже может состояться, и каждый из них будет считать, что получил свою выгоду. С точки зрения субъективной ценности обмен неравностоен: каждый получает ценность, превышающую то, что он отдал, поэтому сделка является взаимовыгодной. Основа взаимовыгодности сделки заключается в том, что ценность не является объективной, а полностью субъективна. Именно поэтому после обмена и продавец, и коллекционер с радостью возвращаются домой, тайно радуясь.

Если бы это не был обмен «один на один», а несколько фермеров нашли бы статуэтки, а несколько коллекционеров пришли бы их купить, как бы сложилась ситуация? Мог бы это быть равноценный обмен?

Давайте сначала рассмотрим ситуацию с одним продавцом и несколькими коллекционерами. У продавца есть минимальная цена, которую он готов принять. Например, он считает, что труд, затраченный на поиск этой статуэтки, стоит 100 юаней; если цена будет ниже этой суммы, он предпочтёт использовать её в качестве столба при строительстве свинарника, чем

продать. У коллекционеров тоже есть максимальная цена, которую они готовы заплатить; выше этой суммы они не будут покупать — это и есть их максимальная оценка стоимости статуэтки. Если есть три коллекционера, предлагающие 80, 100 и 120 юаней соответственно, то, конечно, в итоге статуэтку приобретёт тот, кто предложил самую высокую цену.

Рассмотрим теперь ситуацию с несколькими продавцами и одним коллекционером. Несколько продавцов по-разному оценивают свой труд. Например, минимальные цены, на которые готовы согласиться три продавца, составляют 80, 100 и 120 юаней соответственно. Если оценка коллекционера превышает 80 юаней, например, составляет 90 юаней, он может заключить сделку с тем, кто запросил самую низкую цену.

В обоих случаях сделка является взаимовыгодной. В первом случае продавец, готовый принять не менее 100 юаней, получил 120 юаней и заработал 20 юаней. Коллекционер, готовый заплатить 120 юаней, также не остаётся в убытке. Во втором случае коллекционер, готовый заплатить 100 юаней, покупает товар за 90 юаней и получает прибыль в 10 юаней, а продавец, согласившийся на цену 80 юаней, также получает прибыль в 10 юаней. При условии, что сделка заключается добровольно, обе стороны остаются в выигрыше.

Если же на рынке присутствует несколько продавцов и покупателей, они конкурируют друг с другом, определяя рыночную цену, например, 100 юаней. При такой сделке никто не остаётся в убытке, и каждый получает то, что хочет.

Экономисты объясняют взаимовыгодность сделок с помощью концепции субъективной ценности, что дает нам немало пищи для размышлений. С точки зрения продавца, чем выше покупатель оценивает продаваемый товар, тем выше цена, которую он готов за него заплатить. Поэтому продавец должен производить то, что нравится покупателям, ведь покупатели высоко ценят то, что им нравится. В то же время он должен найти способ заставить покупателя высоко оценить свой товар, например, сделать его брендовым или выделить его среди аналогов. Продавец должен производить товар в соответствии с предпочтениями покупателя. В этом и заключается смысл выражения «потребитель — король»: продавец производит в соответствии с желаниями покупателя. При таком подходе к производству у товара есть рынок сбыта, и его можно продавать по высокой цене. Покупатель получает удовлетворение, а продавец зарабатывает деньги.

С точки зрения покупателя, он стремится приобрести товар по самой низкой цене. Когда товары одинаково ценятся покупателями, чем ниже цена продавца, тем лучше. Это вынуждает продавца снижать затраты, чтобы привлечь потребителей, что, в свою очередь, повышает эффективность производства.

В результате рыночной конкуренции в конечном итоге формируется цена, при которой спрос и предложение уравновешиваются. В этот момент и продавцы, и покупатели получают удовлетворение, а распределение общественных ресурсов становится оптимальным. В этом и заключается волшебное действие рыночного механизма. В реальной жизни подобные сделки происходят бесчисленное количество раз каждый день.

Читая эту притчу, я всегда чувствую, что проблему, по поводу которой экономисты ведут бесконечные споры, Гиблон решил с помощью одной простой истории. Иногда посторонний взгляд на проблему бывает проще и понятнее, в отличие от тех, кто находится в гуще событий и упорно пытается представить ценность как нечто объективное, в результате чего, вортясь в этом круге, теряет ориентацию даже сам.

Когда эгоизм становится движущей силой богатства

В Китае с древних времён ведётся спор о природе человека — добрая она или злая, — но обе стороны считают, что существует абстрактная, универсальная человеческая природа. Пословица «Природа у всех одинакова, а привычки различаются» как раз и иллюстрирует эту мысль. Так меняется ли человеческая природа? Басня армянского писателя XIII века Олобиана «Сорвиголова и мышь» демонстрирует неизменность человеческой природы.

Одна хорька безумно влюбилась в молодого парня и помолилась богу любви, чтобы он превратил её в прекрасную девушку. Бог любви исполнил её желание, и она счастливо вышла замуж за своего возлюбленного. Во время шумной свадьбы внезапно мимо двери пробежала мышь, и невеста, забыв обо всём, бросилась за ней. Мораль автора заключается в том, что природу изменить трудно — это касается как животных, так и людей. Китайская легенда «История белой змеи» имеет ту же самую идею. Посмотрите: белая змея превратилась в человека, но ее змеиная природа осталась прежней, и, выпив вина с реаль, она не смогла скрыть свою истинную сущность. В Китае есть пословица: «Горы и реки легко изменить, а природу — трудно». Здесь под природой подразумевается не столько индивидуальный характер, сколько общая природа человечества. Сегодня мы все признаем, что природа человека эгоистична, то есть целью любой его деятельности является максимизация личной выгоды. Современная биология доказывает, что это присуще как людям, так и животным.

Экономика основана на признании этой человеческой природы, поэтому её основной предпосылкой является гипотеза «рационального человека». Рациональный человек — это человек, целью всех действий которого является максимизация личной выгоды. Именно исходя из этого допущения экономика исследует проблему максимизации при заданных ресурсах. Для общества это максимизация ВВП и общественного благосостояния, для индивидуума — максимизация дохода и полезности, для предприятия — максимизация прибыли и стоимости активов. Именно в ходе исследования этой максимизации были сделаны многие значимые выводы. Без этого допущения все содержание экономики было бы опровергнуто.

Некоторые учёные, как из экономического сообщества, так и из других областей, высказывали немало критики в адрес этого допущения. Некоторые приводили множество фактов, свидетельствующих о том, что человек не эгоистичен, — например, самопожертвование ради спасения других, готовность пожертвовать собой ради защиты родины или передача богатыми людьми своего имущества обществу после смерти и т. д. Противоречат ли эти явления допущению о рациональном человеке? Мы не отрицаем существования альтруистического поведения. Мы также не отрицаем, что в человеческой природе, помимо эгоизма, существует и добрая сторона, проявляющаяся в заботе о ближних и обществе.

В то же время мы не отрицаем и важность пропаганды духа самоотдачи. Однако признание эгоистической природы человека не противоречит всему этому. Гипотеза «рационального человека» не только верна, но и необходима. Говорить о том, что гипотеза «рационального человека» верна, не означает, что она применима ко всем людям (например, эта гипотеза не применима к таким героям, как Лэй Фэн) и ко всем поступкам каждого человека (человек, действующий в личных интересах, в час беды своей родины также готов пожертвовать собой, чтобы защитить свою страну); это означает, что она применима к подавляющему большинству людей и к подавляющему большинству их поступков. То есть в нормальных условиях отправной точкой деятельности большинства людей являются личные интересы. Гипотеза о рациональном человеке необходима потому, что экономика, как единая теоретическая система, должна опираться на определённые исходные предпосылки. Если одновременно предполагать, что человек эгоистичен и что он альтруистичен, к каким выводам сможет прийти экономика?

Неправильное понимание гипотезы о «рациональном человеке» в экономике также проистекает из другой метафизической точки зрения: противопоставления эгоизма и альтруизма, личных интересов и общественных интересов. Величайшее открытие экономики заключается именно в том, что оно объединило эгоизм и альтруизм, личные интересы и общественные интересы. Именно в этом заключается новаторский вклад британского экономиста Адама Смита в экономику. Гипотеза о «рациональном человеке» была сформулирована Смитом; он не восхвалял этот эгоизм, а лишь признавал его неизменной чертой человеческой природы — подобно тому, как даже превратившаяся в красавицу хорька не может забыть о ловле мышей.

Он считал, что стремление каждого человека к личной выгоде позволяет реализовать общественные интересы. Он говорил: «Каждый человек постоянно стремится найти наиболее выгодное применение капиталу, которым он распоряжается. Конечно, он руководствуется не общественными интересами, а своими собственными, но стремление к собственной выгоде естественным образом, или, скорее, неизбежно приводит его к выбору того применения, которое наиболее выгодно для общества». То, что направляет это стремление к личной выгоде в сторону общественных интересов, — это «невидимая рука», то есть механизм цен. Каждый человек стремится наиболее эффективно использовать свои ресурсы ради личной выгоды, и в результате во всем обществе достигается эффективное использование ресурсов. Признание человеческого эгоизма и его направление на благо других — вот в чём заключается величие рыночной экономики.

Традиционное общество проповедовало принцип «сохранить небесную принцип, искоренить человеческие желания», рассматривая человеческую природу как источник всех зол и требуя от людей «подавлять себя и возвращаться к ритуалам». Каков был результат? Все общество на протяжении тысячелетий пребывало в состоянии застоя, а жизнь народа была крайне бедной. Была ли искоренена эгоистичная природа человека? Человеческая природа простой народ был насильственно искоренена, но природа тех, кто проповедовал искоренение человеческой природы, превратилась в животную. На словах они проповедуют добродетель и нравственность, а на деле занимаются развратом и воровством; они проповедуют ложную мораль, которую сами и не намерены соблюдать. Роман «Десять дней» как раз и разоблачает уродливые лица этих лицемеров и мнимых добродетельных людей.

Рыночная экономика признает рациональность человеческой природы и считает эгоистическое поведение человека законным. Любое просветительское движение начинается с признания человеческой природы. Система рыночной экономики превращает человеческий эгоизм и эгоистические поступки в движущую силу, увеличивающую общественное богатство и способствующую прогрессу истории. Рыночная экономика создала огромное общественное богатство, а также великолепную духовную культуру. Именно на этой основе человеческая природа возвысилась, и всё больше людей проявляют заботу о ближних и обществе. Миллиардеры перестали быть скрягами и стали спонсорами общественных благотворительных проектов. Мы не отрицаем, что в условиях рыночной экономики по-прежнему существует зло, но если сравнить её с традиционным обществом, что лучше?

Врождённая природа человека не поддаётся изменению — ни с помощью насилия, ни с помощью нравоучений; мы можем лишь использовать и направлять эту природу. Нет ничего страшного в том, что хорек не может изменить свою природу охотника на мышей — в любом случае, он и так уже красавец. Этот молодой человек, женившийся на ней, использует её природу для истребления мышей в доме и даже может заставлять её ловить мышей у соседей за деньги. Разве это не соответствует её природе, не увеличивает ли это его доход и не делает ли это добро для общества?

Обратная сторона неожиданного богатства

Лев Толстой был великим русским писателем и аристократом, заботившимся о бедняках. Он не только написал такой бессмертный шедевр, как «Война и мир», но и заботился об образовании бедняков, составив «Учебник для начальных классов» и «Новый учебник для начальных классов». В этих двух книгах собраны 89 басен, составленных и переработанных им. Возможно, он на собственном жизненном опыте понял, какое пагубное влияние наследство оказывает на детей, а может быть, его беспокоило распределение наследства после его смерти, — так или иначе, он написал басню под названием «Равное наследство».

У одного купца было два сына, и он хотел оставить всё своё состояние старшему сыну. Его жена, жалея младшего сына, хотела разделить имущество поровну. Мать плакала из-за этого, и один прохожий, узнав причину, сказал ей: «Просто объяви обоим сыновьям, что старший сын

получит всё имущество, а младший — ничего, и в будущем каждый из них получит то, что ему положено». Младший сын, узнав, что ничего не получит, уехал из дома в чужие края, освоил ремесло и пополнил свои знания. Старший сын, полагая, что может полагаться на наследство, ничего не учился. Впоследствии старший сын растратил всё наследство, остался ни с чем и умер в нищете. Младший сын, освоив ремесло, разбогател.

Получение наследства, напротив, наносит ущерб самому наследополучателю — это, похоже, довольно распространенное явление.

Американские экономисты исследовали влияние наследства. Они обнаружили, что вероятность того, что человек, получивший наследство свыше 150 тысяч долларов, перестанет работать, в четыре раза выше, чем у человека, получившего наследство менее 25 тысяч долларов. Неудивительно, что американский стальной магнат XIX века Карнеги предупреждал: «Родители, оставляющие сыну огромное состояние, в значительной степени лишают его талантов и энтузиазма, а также делают его жизнь менее ценной, чем если бы он не получил наследства». Поэтому Карнеги не оставил сыну никакого наследства, а создал из своего огромного состояния Фонд Карнеги, предназначенный для финансирования благотворительности, образования, медицинских исследований и других дел, приносящих пользу обществу. Карнеги до сих пор пользуется уважением не потому, что он был стальным магнатом или миллиардером, а благодаря своему вкладу в общественные благотворительные дела.

Как и наследство, любое неожиданное богатство делает человека ленивым. Американские экономисты также исследовали влияние выигрыша в лотерею. Они обнаружили, что среди тех, кто выиграл более 50 тысяч долларов, около 25 % уволились с работы в течение года, а ещё 9 % сократили рабочее время. Среди тех, кто выиграл более 1 миллиона долларов, почти 40 % перестали работать. Похоже, неожиданное богатство действительно делает человека ленивым, точно так же, как старший сын в басне Толстого.

Почему наследство или неожиданное богатство вызывают такой эффект? Экономисты объясняют это теорией предложения труда: время каждого человека ограничено — 24 часа в сутки, и человек должен распределять этот ресурс между двумя видами деятельности: работой и досугом. Работа — это оплачиваемая деятельность, такая как посещение рабочего места или ведение коммерческой деятельности. Досуг — это любая неоплачиваемая деятельность, такая как отдых, развлечения и домашний труд. То, сколько времени человек уделяет работе, а сколько — досугу, зависит от цены труда (оплачиваемой деятельности), то есть от уровня реальной заработной платы.

Изменение реальной заработной платы вызывает два эффекта: эффект замещения и эффект дохода. Эффект замещения означает, что при повышении заработной платы люди заменяют досуг работой. Это происходит потому, что при повышении заработной платы стоимость досуга возрастает. Например, при почасовой заработной плате в 5 юаней один час досуга приводит к потере дохода в размере 5 юаней; при почасовой заработной плате в 10 юаней один час досуга приводит к потере дохода в размере 10 юаней. В этом случае люди сокращают время, посвящаемое досугу, и увеличивают время, посвящаемое работе. Таким образом, эффект замещения приводит к увеличению предложения труда по мере роста заработной платы.

Увеличение заработной платы вызывает также другой эффект — эффект дохода: когда заработная плата растет, доходы людей увеличиваются, и они стремятся сократить время, посвящаемое работе, и увеличить время, посвящаемое досугу. Это объясняется тем, что досуг является нормальным благом, спрос на которое растет по мере увеличения дохода. Проще говоря, когда доходы людей растут, они хотят уделять больше времени отдыху или развлечениям. По мере роста доходов люди стремятся к большему количеству свободного времени. А увеличение свободного времени неизбежно приводит к сокращению рабочего времени,

поэтому результатом доходного эффекта становится рост заработной платы и сокращение предложения труда.

Эффект замещения и доходный эффект оказывают противоположное влияние на предложение труда. А рост заработной платы вызывает одновременно оба этих эффекта. Каков же конечный результат? Если эффект замещения превышает эффект дохода, рост заработной платы приводит к увеличению предложения труда; если же эффект дохода превышает эффект замещения, рост заработной платы приводит к сокращению предложения труда. Как правило, когда уровень доходов не является достаточно высоким, эффект замещения при росте заработной платы превышает эффект дохода, поэтому при росте заработной платы предложение труда увеличивается.

Однако когда уровень дохода достигает определённого уровня, эффект дохода от повышения заработной платы становится больше эффекта замещения, и при повышении заработной платы предложение труда сокращается. Получение неожиданного дохода, такого как наследство или выигрыш в лотерею, равносильно чрезвычайно значительному увеличению дохода. В этом случае эффект дохода намного превосходит эффект замещения, и люди начинают меньше работать или даже перестают работать вовсе, чтобы наслаждаться досугом. Важность работы для человека заключается не только в том, чтобы зарабатывать деньги сейчас, но и в том, чтобы развивать способность зарабатывать в будущем.

Способность человека зарабатывать деньги — это человеческий капитал, то есть знания и навыки человека. Человеческий капитал формируется как за счёт врождённых генетических задатков, так и за счёт последующего образования, но самое главное — это накопление опыта в процессе работы. Человек, получивший наследство и не работающий, не может приобрести человеческий капитал; более того, даже тот человеческий капитал, который у него уже был, деградирует и исчезает. Человек, получивший неожиданное богатство, легко зарабатывает деньги, но и тратит их так же быстро. Проводя время в разгуле и пирах, он рано или поздно израсходует даже самое большое наследство. Когда деньги закончатся, а человеческого капитала не останется, как можно не оказаться в бедности? Старший сын из этой притчи — именно такой человек. У младшего сына не было наследства, поэтому эффект замещения значительно превосходил эффект дохода: он усердно трудился, накопил человеческий капитал и, естественно, разбогател. Такое негативное влияние наследства можно назвать «эффектом наследства».

На самом деле многие люди знают эту истину. Британская система наследования старшим сыном изначально была призвана предотвратить раздел земли на слишком мелкие участки, но она вынуждала других сыновей отправляться в мир, чтобы приобрести полезные навыки. Все родители хотят, чтобы их дети стали успешными людьми, и богатые родители тем более должны внимательно прочитать эту притчу Толстого и поучиться у Карнеги — только так ваши дети станут такими же элитарными людьми, как и вы.

Умение выбирать — залог счастья

В «Баснях Ла Фонтена» есть известный ослик Блидан, который, стоя перед двумя снопами сена, не мог решить, какой из них съесть, и в конце концов умер от голода.

Ослик Блидан столкнулся с тем, что экономисты называют «проблемой выбора». По мнению экономистов, выбор заключается в том, что человеческие желания безграничны, а ресурсы, предназначенные для их удовлетворения, ограничены. Поэтому необходимо решить, какие ресурсы направить на удовлетворение каких именно желаний. Это и есть проблема распределения ресурсов. Цель экономики как раз и заключается в достижении оптимального распределения ресурсов. На самом деле каждый человек, как и ослик Блидана, сталкивается с проблемой выбора между двумя снопами сена.

Тот факт, что осёл Блидана не смог сделать выбор и умер от голода, свидетельствует о том, что сделать выбор — дело нелегкое. Причина заключается в том, что при ограниченно-

сти ресурсов, чтобы что-то получить, необходимо чем-то пожертвовать. То, что теряется ради получения чего-то другого, называется альтернативными издержками. В случае с ослом Блидана, выбрав один сноп сена, он должен был отказаться от другого. Отказанный сноп сена и является альтернативными издержками полученного снопа. Экономисты часто говорят, что в мире нет бесплатного обеда, имея в виду, что любой выбор сопряжён с альтернативными издержками.

Говоря о дефиците ресурсов, экономисты обычно имеют в виду объективно существующие материальные ресурсы, такие как труд, капитал, природные ресурсы и т. д. Следовательно, выбор заключается в том, чтобы добиться максимального эффекта при ограниченных ресурсах. Делая выбор в соответствии с этой логикой, люди часто ставят целью максимизацию дохода, прибыли или других материальных выгод, забывая о том, что способности человека — в том числе способность создавать богатство и способность наслаждаться им — также ограничены. Именно эту ошибку совершил осёл Блидана. Способность этого осла к потреблению (количество сена, которое он мог съесть) была ограничена: ему хватило бы одного из двух снопов сена. Но он считал, что оба снопа одинаково хороши, и не мог ни от одного отказаться, в результате чего так и не съел ни одного и умер от голода.

Осел, в конце концов, остаётся ослом. В баснях ослы всегда изображаются глупыми, отсюда и пошло выражение «глупый осел». Но, высмеивая ослов, люди часто забывают, что порой они сами бывают такими же глупыми. Красавица, которая любит и принца на белом коне, и богача, и не знает, за кого из них выйти замуж, разве не похожа на красивого осла Бридана? Женщина не может одновременно вступить в законный брак с двумя мужчинами (это ограничение, установленное законом): альтернативная стоимость брака с принцем на белом коне — отказ от богатства, а альтернативная стоимость брака с богачом — отказ от красоты. Не желая отказываться ни от того, ни от другого, она становится ослом Бридана.

Дилемма «ослицы Блидана», подобная той, с которой сталкивается красавица, возможно, не носит повсеместный характер, ведь красавицы — это, в конце концов, дефицитный ресурс, и «принц на белом коне», и богач стремятся её заполучить. Но каждый человек сталкивается с подобной дилеммой. Каждый стоит перед выбором профессии. Пойти в политику и стать чиновником — это статус и власть, но не богатство; заняться бизнесом и стать предпринимателем — это деньги, но ни власти, ни статуса; посвятить себя науке и стать учёным — это статус, но не деньги. Это три снопа сена, лежащих перед каждым, и каждый из них заманчив.

Но возможности человека ограничены, и он может заниматься только одной профессией. Тот, кто выбирает только одну из них, может стать успешным политиком, предпринимателем или учёным, а те, кто, подобно ослику Блидану, пытаются удержать всё и сразу, зачастую ничего не достигают. Но в мире таких «осликов Блидана» действительно немало. Некоторые чиновники, стремясь к богатству, злоупотребляют служебным положением, присваивая себе звания профессора, научного руководителя или даже академика, в результате чего становятся коррумпированными чиновниками или людьми, гоняющимися за славой, и подвергаются всеобщему презрению. Некоторые бизнесмены, мечтая о чине, тратят деньги на покупку должностей и совершают преступление подкупа. Что же касается тех литераторов, которые стремятся пробиться в чиновничьи круги или разбогатеть, их судьба также оказывается нелепой: не имея знаний, они вынуждены прибегать к плагиату. Разве все эти люди не становятся «осликом Бридана», обреченным на голодную смерть?

Еще один важный выбор, стоящий перед каждым человеком, — это выбор между карьерой и счастьем в семейной жизни. Этот выбор отличается от выбора осла Бридана, которому нужно выбрать одну из двух связок сена, — здесь речь идет о том, чтобы найти баланс между этими двумя связками. То есть ослик Бридана считает, что оба снопа сена хороши, и может съесть по половине каждого, чтобы не умереть с голоду, или съесть оба и умереть от переедания. Время и силы человека ограничены (ресурсы ограничены), а ожидания в отно-

шении карьеры и семейного счастья безграничны (желания безграничны). Правильный принцип заключается не в том, чтобы ради одного отказаться от другого, а в том, чтобы найти баланс между ними. Те, кто ради карьеры (заработка или должности) отказывается от семейного счастья, или те, кто довольствуется скромной жизнью, не стремясь к чему-либо, — все они подобны ослику Блидану. Ведь полностью отказавшись от одного ради другого, они на самом деле так и остаются ни с чем. Вы когда-нибудь видели человека, у которого в семье царит хаос, но карьера процветает, или человека, который ничего не достиг, но при этом счастлив в семье? В романе «Смех над миром» Юэ Буцюнь выбрал роль лидера Альянса Пяти Вершин, отказавшись от всего остального, и в конце концов не закончил ли он так же, как ослик Блидана, умерший от голода?

Максимизация, о которой говорит экономика, не означает максимизацию материальных благ. Для общества максимизация — это не максимизация ВВП, а для человека — не максимизация богатства. Максимизация для общества — это максимизация общественного благосостояния. ВВП важен тем, что является основой для повышения общественного благосостояния, но нельзя ставить максимизацию ВВП единственной целью, поскольку ВВП не равен счастью. Максимизация для человека — это максимизация счастья. Богатство важно тем, что является материальной основой счастья, но нельзя ставить богатство единственной целью, поскольку богатство не равнозначно счастью. Общество должно развиваться гармонично, а человек должен стремиться к всестороннему счастью. В этом заключается истинная цель выбора и истинный смысл экономики.

Многие воспринимают экономику как науку о том, как заработать деньги, полагая, что она способна обеспечить рост ВВП страны или сделать человека богатым. Это заблуждение. Именно отсюда и берет начало «ослиная дилемма» Блидана. Изучая экономику, следует помнить слова великого английского писателя Шона Бернера: «Экономика — это искусство делать жизнь счастливой».

Управление финансами — это не накопление богатства

С древних времён и по сей день во всём мире существует множество басен, высмеивающих скупох, например, французский писатель Ла Фонтен написал басню «Скупой и обезьяна», в которой высмеивает скупох.

Жил-был человек, который любил деньги больше жизни; вся его голова была заполнена мыслями о золотых и серебряных монетах. Чтобы обеспечить безопасность и надежность своего состояния, он переселился на остров, поручив морскому богу роль телохранителя. Каждый день он занимался «игрой с деньгами»: пересчитывал, подсчитывал и играл с ними. Ему всегда казалось, что в счётах есть пробелы, потому что его огромная обезьяна любила выбрасывать деньги из окна. Обезьяна любила проказничать и бросала эти деньги в море, как камушки по воде. Автор иронично замечает: «Бог намеренно защищает богачей, храня их сокровища в море — ведь они и так не умеют пользоваться своими деньгами».

Деньги, будь то металлические монеты или бумажные купюры, теряют всякий смысл, если их нельзя использовать. Робинзон Крузо, оказавшийся на необитаемом острове перед огромной кучей денег, которые нельзя было ни на что обменять, испытывал именно такие чувства. Сложить деньги в банку и закопать в землю — это называется накоплением сокровищ, но оно не принесет хозяину никакого счастья; даже если наступит конец света, ни одной монетки не прибавится(а в случае инфляции их станет даже меньше). Именно таким является скупец из этой притчи. Такое обращение с деньгами — хранить их в хранилище или на дне океана — ничем не отличается. Отсюда и знаменитая фраза из этой притчи: «Иметь деньги и не использовать их — всё равно что не иметь их вовсе».

Так как же следует распоряжаться деньгами? Зарабатывать деньги с помощью денег и тратить их на удовольствия — вот два верных способа использования денег.

«Зарабатывать деньги с помощью денег» — это, говоря современным языком, управление личными финансами. Управление личными финансами — это превращение своих денег в активы, приносящие доход. Активы бывают разных видов; в первую очередь их можно разделить на нематериальные и материальные. Человеческий капитал — это нематериальный актив. Когда человек тратит деньги на образование, обучение, уход за здоровьем и физические тренировки, а также на участие в различных мероприятиях, все это относится к инвестициям в человеческий капитал. Результатом этого становится крепкое здоровье, а также рост знаний и навыков, что формирует нематериальные активы в виде человеческого капитала. Такие активы позволяют получать доход, превышающий доход людей, не обладающих ими — в этом и заключается выгода от нематериальных активов. В реальности люди зачастую не рассматривают человеческий капитал как нематериальный актив. На самом деле, если у вас есть деньги на компьютерные курсы, курсы английского языка или на покупку нескольких книг, это тоже является одним из способов управления личными финансами.

Конечно, сегодня, когда речь идет о личном управлении финансами, чаще всего имеются в виду материальные активы. Материальные активы включают в себя имущество и финансовые активы. Покупка за деньги жилья, произведений искусства и т. п. — это инвестиции в материальные активы. Эти активы приносят доход: например, доход от сдачи жилья в аренду и рост его стоимости, а также рост стоимости произведений искусства. В условиях сильной инфляции (например, гиперинфляции в Германии в 1920-х годах и в послевоенный период, а также гиперинфляции в Китае перед крахом Гоминьдана) материальные активы лучше всего сохраняют свою стоимость.

К финансовым активам относятся банковские вклады, паевые инвестиционные фонды, облигации (корпоративные и государственные) и акции. Наиболее характерной особенностью таких активов является одновременное наличие доходности и риска, причем эти два показателя изменяются в одном направлении. Чем выше риск финансового актива, тем выше и доходность. Например, «мусорные» облигации или акции с наибольшей вероятностью могут превратиться в бесполезную бумагу, но при этом дают наибольшую возможность получения сверхприбыли. Чем ниже риск, тем меньше доходность: например, банковские вклады практически не сопряжены с риском, но и процентные ставки по ним довольно низкие. Люди, как правило, не любят рисковать и, стремясь гарантировать определённую доходность, стараются избегать рисков, комбинируя финансовые активы с разным соотношением риска и доходности. Это и есть то, что обычно называют «не класть все яйца в одну корзину». В современном обществе различные паевые инвестиционные фонды предоставляют частным лицам возможность такого диверсифицированного инвестирования. Поэтому покупка паев паевых инвестиционных фондов стала для многих предпочтительным способом управления личными финансами.

Управление личными финансами, то есть использование денег для получения прибыли, позволяет не только увеличить личный доход, но и приносит пользу всему обществу. Когда человек прячет деньги, они теряют свою ценность как для него самого, так и для общества — словно они погрузились в океан и исчезли. Когда же деньги направляются на приобретение различных активов, от этого выигрывают и человек, и общество. При инвестировании в человеческий капитал общество также извлекает выгоду из использования человеческого капитала каждого человека. Покупка недвижимости увеличивает спрос и стимулирует процветание всего общества. При покупке финансовых активов эти деньги направляются на инвестиции в предприятия, что повышает производственный потенциал всего общества. В рыночной экономике управление личными финансами — «зарабатывание денег с помощью денег» — идет рука об руку с ростом общественного богатства. Это гораздо значимее, чем «игра с кучей денег» на необитаемом острове — их пересчет, подсчёт и перебирание в руках.

Как только процесс «зарабатывания денег с помощью денег» увенчается успехом, человек испытывает чувство удовлетворения. Конечно, это счастье, приносимое деньгами, но оно

является лишь побочным продуктом процесса зарабатывания. Другой аспект умения обращаться с деньгами — это умение использовать их для получения удовольствия, доставляя себе радость. Конечно, наслаждение — это субъективное ощущение: для человека, зарывающего деньги в землю, само наличие денег уже является наслаждением, а пересчитывание денег на необитаемом острове — своего рода удовольствие для скряги. Однако для подавляющего большинства людей это не является наслаждением.

Пользоваться деньгами для получения удовольствия — значит использовать их для удовлетворения различных личных желаний. Покупка различных товаров и услуг для удовлетворения своих физических и психологических потребностей, безусловно, является одним из видов наслаждения. Подобно богачам прошлого, которые, имея деньги, продолжали вести скромную жизнь, не позволяя себе ни хорошей еды, ни хорошей одежды, — это скупой человек, не умеющий наслаждаться жизнью. Получать удовольствие от денег — это потребление, которое, принося счастье человеку, одновременно стимулирует потребление и способствует развитию соответствующих отраслей. Покупка автомобиля — это удовольствие для человека, а для общества — стимул к развитию автомобильной промышленности и смежных отраслей, а также рост ВВП. Это приносит пользу и себе, и другим — почему бы этим не заняться?

Тратить деньги на себя — это удовольствие, тратить их на других — тоже удовольствие. Когда вы видите, как построена «Школа надежды», на которую вы пожертвовали средства, и как многие дети могут ходить в школу, разве вы не чувствуете безграничную радость? В человеческой натуре есть как эгоистическая сторона, так и альтруистическая. Сострадание, уважение общества и реализация личных идеалов — это тоже человеческие желания. Тратить деньги на других, реализуя эти более высокие желания, — это тоже эффективное использование денег. Тратить деньги — это не значит вести разгульную жизнь: будь то на законные материальные и духовные удовольствия для себя или на реализацию своих альтруистических идеалов — в обоих случаях это удовольствие и источник счастья. Когда трата денег приносит такое счастье, человек перестает быть скрягой.

В руках алчного человека деньги могут превратиться в зло; в руках скряги деньги не имеют никакого смысла; только в руках того, кто умеет ими распоряжаться, деньги становятся богатством.

Переваривать прочитанные книги

Писатель У Цзяньрен, автор романа «Странные явления, наблюденные за двадцать лет», написанного в поздний период династии Цин, часто общался с книжниками. Он хорошо знал этих людей и написал басню под названием «Глупая рыба».

«Глупая рыба» — это книжный червь, который наедается книгами досыта и считает себя самым образованным человеком под солнцем. Он смотрит свысока и ведет себя высокомерно. Однажды, отправившись в путешествие, он встретил жука-навозника, который его обидел; встретил тигровую муху, и та тоже его оскорбила. «Глупая рыба», возмущенная несправедливостью, обратилась к людям со словами: «Я наполнен стихами и книгами, считаю себя величайшим ученым под небом, почему же меня так много обижают?» Люди, смеясь, ответили: «Хотя ты и считаешь себя наполненным стихами и книгами, но, увы, ты всего лишь проглотил их, не усвоив, так какая от этого польза?»

Некоторые студенты университетов считают, что, прочитав книги в течение более десяти лет, они наполнены мудростью, и при поиске работы всегда требуют должность руководителя отдела или зарплату не менее нескольких тысяч юаней в месяц. В результате они не хотят заниматься обычной работой, а на хорошие должности их не берут, и так они остаются без работы. Чтобы решить проблему таких людей, прежде всего нужно изменить их мировоззрение. Разве прочтение такого количества книг означает, что у них есть знания, которые можно превратить в силу?

Книги, «проглоченные» студентами, можно разделить на три категории. Первая — это бесполезные книги, которые приходится читать из-за ограничений действующей системы. Даже если вы их «проглотите» и «переварите», от них не будет никакой пользы. Они не способствуют повышению общего уровня образования и не дают практических навыков. Вас заставляют их читать, и у вас нет выбора — приходится их «проглатывать». Не все книги в мире полезны, и даже если бы все они были полезны, вы не смогли бы усвоить их все — здесь возникает проблема выбора. То, что студенты «поглощают» бесполезные книги, связано как с нерациональностью учебных планов вузов, так и с тем, что сами студенты читают все подряд без разбора.

Содержание некоторых курсов устарело: мы живем в XXI веке, а преподают по учебникам, изданным до 80-х годов XX века. Заставлять студентов «поглощать» устаревшие книги — это ответственность вуза. Другой случай — книги полезны, но студенты их не усваивают. Здесь речь идет как о проблемах преподавания, так и о проблемах обучения. Многие вузы ставят целью не повышение общего уровня подготовки студентов, а обучение конкретным навыкам. В процессе преподавания и обучения целью является не стимулирование творческого мышления студентов, а сдача экзаменов. Преподаватели считают своим главным достижением проверку знаний студентов, а студенты — успехом способность справиться с экзаменами.

В процессе обучения преподаватели просто «заливают» аудиторию информацией, а студенты зазубривают конспекты. Такой метод зазубривания ради сдачи экзаменов похож на то, как глупая рыба поглощает книгу: проглотила, но не переварила. Этот метод по-прежнему является продолжением экзаменационного образования средней школы. При таком обучении изученный материал не понимается, не говоря уже о том, чтобы применять знания в других ситуациях. Если книгу проглотили, но не переварили, то она, конечно, не становится знанием. Третий случай: книга полезна, она переварилась и превратилась в знание, но применить его на практике не умеют. Само по себе знание не является силой; только когда знание применяется на практике для решения проблем, оно становится силой. Насколько хорошо человек учится, зависит не от того, сколько книг он прочитал и сколько знаний накопил, а от того, умеет ли он применять эти знания, превращая их в личное или общественное богатство. Сможет ли студент стать талантливым специалистом, получить важную должность или высокую зарплату, зависит не от того, сколько «отлично» он получил в университете, а от того, сможет ли он в будущем применять эти знания.

Конечно, вопрос применения знаний решается не во время учебы в университете, а в основном после его окончания. Основная задача студента в университете — все же усвоить знания из учебников, не задумываясь пока о том, пригодятся они или нет. Любые знания являются частью общего уровня развития человека и способствуют повышению его способности анализировать и решать проблемы. Например, студентам технических специальностей также следует изучать некоторые гуманитарные дисциплины. Заучивание старинных стихов, казалось бы, не приносит особой пользы тем, кто занимается машиностроением, но гуманитарный уровень развития человека определяет его дальнейшее развитие на всю жизнь. Студентам гуманитарных факультетов тем более следует изучать естественные науки: без этих базовых знаний работа по специальности может даже обернуться нелепыми ситуациями. В обучении студенты не должны руководствоваться принципом «учи то, что нужно сейчас, и жди мгновенного результата»; нужно начинать с повышения общего уровня развития.

Однако повышение общего уровня подготовки и накопление знаний не обязательно приведут к росту способностей. Умение применять знания на практике формируется в процессе работы. При приеме на работу предприятия или организации обращают внимание на реальные способности, а единственным критерием проверки таких способностей являются результаты работы. Именно по этой причине при найме сотрудников компании часто обращают внимание на опыт работы. Студент, только что окончивший университет, какими бы высокими ни

были его потенциальные способности и какими бы обширными ни были его знания, не сможет получить высокую должность или высокую зарплату. Одной из важных причин, по которой выпускники вузов не могут найти работу, является то, что они переоценивают себя, имеют завышенные ожидания и постоянно считают себя талантами, не получившими должного признания. Вступая в общество с таким настроем, все десять из десяти, скорее всего, потерпят неудачу. Поэтому безработица среди выпускников вузов на самом деле является ложной проблемой: стоит только отказаться от высокомерия, идти туда, где в вас нуждаются, не считать себя избранником судьбы и не думать, что можно заниматься только высокооплачиваемой профессией или работать только в крупных городах — и перед вами откроются широкие горизонты. В Китае не так много студентов, а мест, где они нужны, — много, так где же может не быть работы?

Если студенты будут готовы начинать с самой обычной работы с невысокой зарплатой, постоянно совершенствовать свои навыки в процессе работы и применять полученные знания на практике, то они будут прогрессировать быстрее других и быстрее получат повышение и прибавку к зарплате. Потенциал раскрывается постепенно. Основой для его проявления является практическая работа. Если человек не готов начинать с самых низов, его потенциал не сможет раскрыться: в молодости он будет «разгневанным молодым человеком», а в старости, не добившись ничего в жизни, станет лишь «разгневанным стариком» и будет везде подвергаться издевательствам, как глупая рыба.

Вспомните фильм «Крестный отец»: невеста Майкла, представителя второго поколения мафии, окончила один из престижных университетов США, но после окончания учебы добровольно устроилась учительницей в сельскую начальную школу и была очень довольна этой работой. Если бы все наши выпускники вузов имели такое отношение к делу, у них наверняка всегда была бы работа, и при этом они не оставались бы на одном месте всю жизнь. Набираясь опыта, вы будете постоянно менять работу и в конце концов реализуете свои идеалы.

Образование — не единственный критерий

Один мой друг-предприниматель, жаждавший талантливых кадров, на одном из банкетов познакомился с выпускником MBA, вернувшемся из США. Этот выпускник обсуждал с ним теории управления — от Тейлора до Дюрака — и был знаком со всеми без исключения. Мой друг был вне себя от радости и с высокой зарплатой принял его в компанию на должность заместителя генерального директора, ответственного за управление предприятием. В результате через год показатели компании упали, а коллектив раскололся. Ему пришлось с тяжелым сердцем уволить этого обладателя степени MBA. Он спросил меня, в чём же была ошибка? Я рассказал ему притчу «Сын знатного рода у руля» из «Сборника ста притч».

Давным-давно один сын знатного рода вместе с несколькими купцами отправился в море за драгоценностями. Этот молодой человек наизусть знал все правила управления морским судном. Например, как управлять рулем, выправлять курс и удерживать судно на плаву, когда оно попадает в водоворот, сталкивается с противотоком или встречает опасные рифы и пороги. Он знал их наизусть, излагал их внятно и убедительно, и все были им восхищены. Вскоре рулевой заболел и умер, и этот сын знатного рода занял его место. Когда корабль вошёл в бурный поток с водоворотами, он действовал в соответствии с выученными правилами, но это не принесло никакого результата — корабль не мог продвигаться вперёд. В конце концов корабль затонул, и все, включая этого сына знатного рода, утонули.

Эта история очень напоминает «обсуждение военного дела на бумаге» из «Исторических записок»: знатный молодой господин оказался таким же, как Чжао Куа, который, вникнув в военные трактаты, привёл государство Чжао к крупному поражению. Это показывает, что подобное явление довольно распространено как в Китае, так и за рубежом. С точки зрения экономики это вопрос о том, как правильно оценивать и использовать человеческий капитал.

Суть рыночной конкуренции заключается в конкуренции за таланты. Талант — это человек, обладающий большим человеческим капиталом. Человеческий капитал — это физические данные, способности и отношение к работе человека, которые формируются благодаря формальному школьному образованию, профессиональному обучению на рабочем месте, опыту и т. д. Однако на первый взгляд трудно отличить человека с большим человеческим капиталом от человека, практически не обладающего им, к тому же сложно измерить, каким объемом человеческого капитала обладает тот или иной человек.

Поэтому ключевым фактором привлечения талантов является умение определять и измерять человеческий капитал.

Многие люди просто используют уровень образования в качестве критерия для оценки человеческого капитала, и в этом есть своя логика. Экономисты используют две различные теории для объяснения связи между образованием и человеческим капиталом. Одна из них — теория образовательных способностей, согласно которой люди с более высоким уровнем образования обладают большими способностями. Другая — теория образовательных сигналов, согласно которой образование служит сигналом высоких способностей. В большинстве случаев люди с высоким уровнем образования действительно обладают большими способностями и большим человеческим капиталом. Оценивать человеческий капитал по уровню образования вполне обоснованно.

Однако образовательный уровень ни в коем случае не является единственным критерием. При оценке человеческого капитала человека самое главное — не то, сколько он прочитал книг, каким объемом знаний он обладает или какие ученые степени получил, а его достижения. Одно лишь книжное знание не равнозначно практическим рабочим навыкам и не всегда позволяет добиться результатов. Известная фраза Бэкона «Знание — сила» на самом деле несколько упрощена: сила заключается в том, чтобы уметь успешно применять знания и превращать их в результаты. Чтобы превратить знания, полученные из книг, в навыки и применить их на практике, необходимо выполнить два условия: во-первых, иметь правильное отношение к работе, например, быть трудолюбивым, усердным и уметь сотрудничать с другими (обладать командным духом); во-вторых, понимать реальную ситуацию и уметь гибко применять знания, накапливая в процессе этого применения богатый опыт. Именно поэтому опыт считается одним из основных источников человеческого капитала.

И знатный молодой господин, и Чжао Куа прочли множество книг и действительно обладали богатыми теоретическими знаниями. В наши дни этот молодой господин мог бы получить степень доктора наук по мореплаванию, а Чжао Куа — доктора наук по военной стратегии. Но почему один из них, стоя у руля, привел корабль к гибели, а другой, командуя сражением, потерпел сокрушительное поражение? Им не хватало именно практики и опыта. Управление судном и ведение войны отличаются огромным разнообразием ситуаций, и теоретические знания просто не способны справиться с таким многообразием. Какая польза от теоретических знаний у книжного червя, который ни разу не управлял судном и не участвовал в сражении? Одни лишь теоретические знания и ученые степени ни в коем случае не могут стать человеческим капиталом. Поэтому использование образования в качестве критерия для оценки человеческого капитала и найма сотрудников может привести к ошибкам.

Американский выпускник MBA, которого нанял мой друг, действительно обладал обширными теоретическими знаниями: он мог наизусть цитировать многие теории управления и даже высказывания авторитетов в этой области, но при этом совершенно не разбирался в реальных условиях Китая. Более того, он не прилагал усилий, чтобы ознакомиться с реальной ситуацией в китайских компаниях и на рынке, а просто переносил догмы из учебников в практику, поэтому его провал был неизбежен. Зарубежные теории управления сформулированы на основе практики управления зарубежными предприятиями и отражают общие закономерности в управлении предприятиями, но для применения этих закономерностей в конкретной

компании необходимо исходить из её реальных условий. В этом отношении этот выпускник американской программы MBA ничем не отличался от сына из знатной семьи и Чжао Куа. Но у этого обладателя степени MBA есть ещё один фатальный недостаток: он считает себя «зарубежным MBA», смотрит на всех свысока и не способен сотрудничать с другими. Какими бы способностями ни обладал человек, если у него нет командного духа, позволяющего этим способностям проявиться, его человеческий капитал сводится к нулю. Я говорю своему другу-предпринимателю: раз ты нанял этого сына из знатной семьи, чтобы он стоял у руля, как же тебе не потерпеть крах? То, что корабль не затонул и вы все не погибли, — это уже счастье в несчастье.

Конечно, говоря это, мы ни в коем случае не отрицаем важность книжных знаний и образования. Чтение книг и обучение в учебных заведениях чрезвычайно важны для развития способностей человека. Если сын из знатной семьи изучил искусство управления судном по учебникам, а затем постарался применить эти знания на практике, его навыки управления судном в будущем непременно превзойдут навыки человека, не получившего образования. Точно так же, если бы Чжао Куа, хорошо знакомый с военными трактатами, исходил из реальных условий, его способности к командованию в бою непременно превзошли бы способности его отца Чжао Шэ.

Теория и книжные знания полезны, но главное — в том, как их применять. Если принять на работу выпускника американской программы MBA, дать ему возможность начинать с самых низов, а он при этом будет внимательно изучать реалии китайского бизнеса, постоянно накапливать опыт и с открытым сердцем учиться у других, он непременно сможет стать успешным генеральным директором лучше, чем кто-либо другой. В конце концов, американская степень MBA не дается просто так. Я говорю своим друзьям-предпринимателям: с этой точки зрения, если вы платите ему высокую зарплату и даёте высокую должность, заставляя его смотреть на всех свысока, вы на самом деле причиняете ему вред. Если бы сын из знатной семьи, получив докторскую степень по мореплаванию, начал с должности матроса, он наверняка стал бы отличным капитаном.

Притчи всегда удивительно похожи на реальность. Надеюсь, все предприниматели запомнят эту притчу и не повторят ошибку моего друга.

Создание богатства с помощью человеческого капитала

Говорят, что французский Наполеон больше всего ценил образованных людей. Во время своего похода в Египет он взял с собой множество учёных, которые во время марша ехали верхом, располагались в центре колонны и пользовались всесторонней заботой. Одно из знаменитых высказываний Наполеона гласит: «Один член Французской академии стоит целого корпуса». Такое французское представление об уважении к знаниям и талантам нашло отражение и в басне французского писателя Ла Фонтена.

У Ла Фонтена есть басня под названием «Преимущество знаний», в которой рассказывается о двух горожанах: один был очень беден, но обладал обширными знаниями, а другой — очень богат, но лишен знаний. Невежественный богач всегда стремился подавить умного бедняка, считая, что именно благодаря своим щедрым тратам он обеспечивает пропитание всем людям. Позже война разрушила дома и богача, и бедняка, и они были вынуждены покинуть родной город. Богач, будучи невежественным и лишившись всего, везде встречал лишь холодные взгляды, тогда как умный человек повсюду пользовался приветствием. Автор делает вывод: «Пусть невежественные люди и принижают значение знаний, но знание ценнее золота».

Многие общества уважают знания, потому что они могут превратиться в богатство. Описанное в басне явление, когда богатые невежественны, а ученые бедны, действительно существует в обществе, но чаще всего именно образованные люди богаты, а невежественные — бедны. И в древности, и в наши дни, как в Китае, так и за рубежом, действует закон: «Учись хорошо — и станешь чиновником», отсюда и пошло выражение: «В книгах — золотые дома,

в книгах — лица, прекрасные как нефрит». Но почему именно знания приносят богатство? Научное объяснение этому было дано только с появлением в современной экономике теории человеческого капитала.

Исследуя экономический рост разных стран, экономисты обнаружили, что в процессе роста ключевую роль играет повышение производительности труда. Повышение производительности зависит от увеличения объема капитала на душу населения и технического прогресса, а источником обоих факторов является рост знаний. Увеличение объема капитала на душу населения — это не только увеличение количества капитала, но и повышение его качества. Повышение качества капитала отражает технический прогресс.

Например, когда объем капитала на душу населения увеличивается с 100 000 юаней до 1 000 000 юаней, это не означает простого увеличения количества рубанков с одного до десяти, а означает замену старых рубанков на станки с ЧПУ. В этом случае рост производительности составляет не 10, а 20 раз, а то и больше. Замена рубаночных станков с «бычьей головой» станками с ЧПУ является результатом технического прогресса. Технический прогресс заключается в применении новых знаний и научных достижений в производственной практике. Именно благодаря росту знаний и научных достижений в таких областях, как математика, теория управления, механика и металлургия, люди открыли для себя станки с ЧПУ.

Можно сказать, что без прогресса и накопления знаний и научных достижений человеческого общества не было бы сегодняшнего технического прогресса и огромного материального богатства.

Если мы сравним разные страны, то обнаружим, что в странах с высоким уровнем культуры, а значит, с большим объёмом знаний и научных достижений, экономический рост неизбежно быстр. Важной причиной отставания бедных стран является именно недостаток знаний и научных достижений. Достаточно сравнить продолжительность обучения на душу населения в развитых и развивающихся странах, чтобы понять эту истину. Отсюда мы понимаем, что для любой страны знания и научные достижения — это богатство. И именно это является важной причиной, по которой все страны уделяют большое внимание развитию образования, научных исследований и культуры.

Для отдельного человека знания и научные достижения являются накоплением личного богатства, а также его источником. Всем известно, что с помощью уже имеющегося богатства можно создать ещё больше богатства. Раньше принято было считать богатством землю, недвижимость, основные средства или деньги, что, конечно, верно, но не полностью. С точки зрения экономистов, это материальное богатство, то есть физический капитал. У человека есть ещё один вид богатства — нематериальное богатство в форме знаний и образования, то есть человеческий капитал.

В притче богатый человек обладает только материальным капиталом, но не имеет человеческого капитала, а бедный не имеет материального капитала, но обладает человеческим капиталом. Для человека человеческий капитал зачастую важнее материального. В результате военных конфликтов или стихийных бедствий материальный капитал легко подвергается разрушению, но человеческий капитал существует до тех пор, пока существует сам человек: пока человек жив, существует и его человеческий капитал. В этой притче богач после военных бедствий лишился материального капитала и остался ни с чем, тогда как человеческий капитал бедняка остался нетронутым. Евреи лучше всех понимают эту истину. Они везде скитаются, и их материальный капитал может быть утрачен или отнят, но человеческий капитал всегда остается с ними. Поэтому евреи уделяют первостепенное внимание накоплению человеческого капитала. В этом и заключается основная причина их успеха.

По сравнению с материальным капиталом человеческий капитал, создавая богатство для общества, одновременно создает больше богатства для отдельного человека.

В таких развитых странах, как США, основной причиной разрыва между богатыми и бедными уже является не материальный капитал — богатство, полученное в наследство, — а различия в человеческом капитале. Если взять уровень образования в качестве критерия человеческого капитала, то в 1950-х годах доходы выпускников университетов превышали доходы выпускников средней школы примерно на 42 %, а к 1980-м годам этот разрыв удвоился — до примерно 84 %. С углублением новой технологической революции этот разрыв будет только увеличиваться. В нашей стране уже не существует такого явления, как «те, кто изготавливает ракеты, зарабатывают меньше, чем те, кто продает яйца, сваренные в чае», когда умственный труд оценивается ниже физического. Согласно выборочному опросу, соотношение доходов людей с высшим образованием и людей с образованием ниже среднего составляет примерно 1:0,6.

В басне Ла Фонтена акцент делается на слове «ученость». На самом деле, использовать термин «ученость» для обозначения человеческого капитала не совсем точно, поскольку «ученость» означает знания, а одни только знания не всегда могут превратиться в человеческий капитал, приносящий экономическую выгоду.

Человеческий капитал включает в себя знания и опыт; только когда знания применяются для создания общественного богатства, они становятся богатством для общества и для отдельного человека и только тогда представляют собой человеческий капитал. Опыт важен именно потому, что он является основой для применения знаний. Человек, получивший докторскую степень и обладающий обширными знаниями, не обязательно способен создавать богатство; только тот, кто обладает как знаниями, так и богатым практическим опытом, может превратить знания в богатство. Ученый из басни Ла Фонтена, вероятно, обладал практическим опытом, иначе он не пользовался бы таким приветствием везде, где бы ни появлялся.

От басни Ла Фонтена «Преимущество учености» до современной теории человеческого капитала — во всех них отражено уважение к учености и знаниям. Однако басня говорит о том, что «следует уважать ученость», а теория человеческого капитала — о том, «почему следует уважать ученость»: первая — это литература, вторая — наука. Литературная басня содержит истину. Наука объясняет истину. Басня вдохновляет нас, а наука направляет наши действия.

Остерегайтесь экономических слухов

Басня «Выкопав колодец, получил человека» взята из «Люши Чуньцю». В ней рассказывается о семье по фамилии Дин из государства Сун, у которой не было колодца, и поэтому часто приходилось посылать кого-то за водой. Позже они выкопали колодец у себя дома и сказали другим: «Выкопав колодец, мы получили человека». Эта фраза, распространившись, превратилась в «Семья Дина выкопала колодец и нашла в нём человека». Этот слух дошёл до ушей правителя государства Сун, и он послал людей выяснить ситуацию.

То, что при копании колодца можно «добыть человека», явно абсурдно, но, как ни странно, многие (включая мудрого правителя) в это поверили. А если ещё и экономисты начнут анализировать экономический смысл этого не соответствующего действительности слуха — например, внешний эффект от копания колодца — то это и будет современная экономическая версия притчи «Копая колодец, добыл человека». Я говорю это не на пустом месте, ведь некоторые экономисты часто принимают распространенные в их кругах «притчи» за чистую правду и делают на их основе теоретические выводы.

Самой известной притчей в экономике, пожалуй, является «Маяк». На первый взгляд, маяк указывает направление проплывающим мимо судам и не может взимать за это плату. Известные экономисты Джон Мюллер, Генри Сичвик, Артур Пигоу и Пол Самуэльсон использовали этот факт для доказательства несовершенства рынка и необходимости государственного вмешательства. Действительно ли маяк обязательно является общественным благом только потому, что частные лица не могут взимать за него плату? Рональд Кос написал работу «Маяк в экономике», в которой раскрыл правду о маяках. Кос подробно исследовал систему

маяков в Великобритании и доказал, что изначально британские маяки строились и эксплуатировались частными лицами, которые вполне могли взимать плату и вести этот бизнес как прибыльное предприятие. Таким образом, маяк не является примером услуги, которую может предоставлять только государство. Кос указывает, что эти экономисты «не знакомы с деталями функционирования британской системы маяков», а просто «взяли этот пример из воздуха». Это и есть современная экономическая версия пословицы «копаешь колодец — и один человек из этого извлекает пользу».

В экономике есть немало подобных примеров. Еще один широко цитируемый пример — сделка по поглощению компании «Фишер Карбос» компанией «Дженерал Моторс». Согласно распространенной версии, компания «Фишер Боди», используя свое преимущество в производстве кузовов, вымогала у «Дженерал Моторс» цену, равную себестоимости плюс 17,6 % прибыли, и отказывалась строить завод вблизи сборочных заводов «Дженерал Моторс». «Дженерал Моторс» не смогла этого вынести и приобрела «Фишер Боди». Современные экономисты используют эту историю для демонстрации рыночного сбоя, вызванного специфичностью активов и оппортунистическим поведением. Эта история широко цитируется в теории контрактов и теории корпораций для обоснования различных точек зрения: Кляйн, Кроуфорд и Арчин используют её для обоснования необходимости вертикальной интеграции, Уильямсон — для иллюстрации оппортунистического поведения в рамках контрактов, а Харт — для поддержки своей теории корпоративных прав собственности.

В статье Рональда Коса «Дело о поглощении компании Fisher Body компанией General Motors» и в статье Раймона Касадисеса-Масанеля и Дэниела Спубо «Притча о Fisher Body» на основе подробных фактов доказано, что этот пример, используемый многими экономистами, вовсе не отражает реальных обстоятельств слияния этих двух компаний. Никто так и не разобрался в истинных обстоятельствах слияния General Motors и Fisher Body, и на основе ложных представлений было сделано множество выводов. На самом деле договорные отношения между General Motors и Fisher Body были надежными, и никаких оппортунистических действий, таких как вымогательство с помощью договора, не было. Когда в 1919 году General Motors приобрела Fisher Body, она разделила право собственности и право контроля не потому, что хотела контролировать эту компанию по каким-либо другим причинам. Полное поглощение с целью вертикальной интеграции было направлено на улучшение вертикальной координации для обеспечения поставок кузовов, а также на привлечение управленческого таланта братьев Фишер. Утверждения в слухах о том, что заводы компании «Фишер Боди» находились далеко от сборочных заводов «Дженерал Моторс», а также о значительных инвестициях в специализированные активы для производства кузовов, не соответствуют действительности. Поэтому все выводы, основанные на этом примере, трудно считать обоснованными.

В книге американского экономиста Дэниела Спубо «Известные экономические притчи: мифы о сбоях рынка» собраны экономические притчи, в том числе притча «Копая колодец, найдешь одного человека». Помимо двух вышеупомянутых примеров, в ней также рассматриваются внешние эффекты, вытекающие из притчи о пчелах; неэффективность рынка, обусловленная стандартом клавиатуры; а также то, что рыночный выбор, как показывает пример с британскими угольными вагонетками, не способствует техническому прогрессу, и т. д. Эти примеры показывают, что экономисты иногда проводят анализ и делают выводы на основе слухов о «колодце, который выкопал один человек», но при этом не проводят тщательной проверки фактов, в результате чего неизбежно повторяют чужие мнения.

Экономика — это наука, основанная на фактах: какими бы абстрактными ни были рассуждения или, какими бы сложными ни были модели, они должны отражать реальные экономические отношения. Установление фактов должно быть первым шагом в изучении экономики; это и есть тот дух «искать истину в фактах», о котором мы часто говорим, а также тот стиль работы, который следует поощрять в исследованиях: «не следовать слепо за авторите-

тами, не следовать слепо за книгами, а следовать только фактам». Ошибки многих экономических теорий заключаются не в неверности рассуждений, а в том, что факты, на которых они изначально основывались, сами по себе неверны.

В экономических исследованиях гораздо опаснее, чем верить в такие слухи, как «копая колодец, можно найти человека», — это фабриковать или искажать факты ради доказательства уже существующей теории или теории, которую автор поддерживает. Приведенные в данной статье примеры с маяком и слиянием General Motors с Fisher-Body были приведены именно для того, чтобы доказать «провал рынка». Вопрос о том, происходит ли провал рынка, можно обсуждать, но использовать эти слухи или вымышленные события для доказательства провала рынка категорически недопустимо. Ошибка многих экономистов, использующих подобные слухи, заключается в том, что сначала у них возникает представление о провале рынка, а затем они используют эти так называемые примеры для его подтверждения. Это как раз переворачивает отношения между фактами и теорией. В мире, где преобладает утилитаризм, подобные явления встречаются слишком часто.

Слухи останавливаются у мудрых. История «человек, найденный при копании колодца» была опровергнута в результате расследования из-за подозрений правителя государства Сун; многие подобные истории в экономике также требуют разъяснения со стороны таких серьезных ученых, как Кос.

Часть 2. Искусство ведения бизнеса в экономике

Экономика — это наука для каждого, кто стремится к более счастливой жизни. Многие считают экономику сложной для понимания, но на самом деле её принципы просты и практичны. Понимая эти принципы на конкретных примерах, любой может без труда овладеть ими.

В управлении бизнесом есть закономерности, но нет шаблонов

Когда какое-то предприятие добивается успеха, некоторые эксперты в области управления обобщают его опыт, поднимают его на теоретический уровень и продвигают как некую модель, универсально применимую повсюду; однако тех, кто, слепо копируя эту модель, добивается успеха, мало. Отсутствие инноваций и умение лишь подражать собственному или чужому успешному опыту прошлого — это извечная слабость человечества. Басня «Осел, несущий соль» из «Басен Эзо» как раз и высмеивает эту слабость. Однажды осёл, везущий соль, переходил реку и случайно поскользнулся и упал в воду. Соль растворилась, и, поднявшись, он почувствовал, что груз на спине стал легче. В другой раз он переходил реку с губкой на спине и подумал: «Если я упаду, а потом поднимусь, груз на спине наверняка тоже станет легче», — и поэтому специально поскользнулся. Результат можно было предвидеть: губка, впитав воду, разбухла, и ослик уже не смог подняться, в результате чего утонул в реке и погиб. Автор комментирует: «Судя по этому, человеческие дела изменчивы и непредсказуемы: бывают люди, которые тщательно всё просчитывают, но в итоге навлекают беду на себя».

В баснях осёл всегда выступает в роли глупого персонажа, который принимает случайное событие за общий закон, полагая, что оно применимо повсеместно, и в результате лишается «своей жизни». Разве не именно тех, кто превращает случайный успех одной компании в модель и повсеместно применяет её, высмеивает Эзоп? Басни, подобные «Ослику, несущему соль», повсеместны и в реальной жизни.

Один производитель бытовой техники выпустил успешную модель, которая стала известным брендом, о котором знают все. Затем эта компания начала выпускать под тем же брендом и другие виды бытовой техники. Благодаря репутации и известности первоначального продукта среди потребителей, остальные товары также стали хорошо продаваться, опираясь на уже успешный бренд. В результате эксперты по маркетингу обобщили этот подход как модель «расширения бренда» и стали продвигать его в качестве стратегии для других компаний. Одно из предприятий, производящее товары гигиены, переняло эту модель: оно объединило всю свою продукцию под одним брендом и вложило огромные средства в рекламу, рассчитывая, что этот бренд принесёт ему огромные доходы. К сожалению, эта компания совершила ту же ошибку, что и осёл: она использовала один и тот же бренд как для туалетной бумаги, так и для столовых салфеток, в результате чего потребители не могли по бренду различить, какая бумага для чего предназначена, а эти два вида бумаги не являются взаимозаменяемыми. В результате потребители были вынуждены покупать бумагу других брендов. В конце концов эта компания, как и осёл, утонула — обанкротилась.

Почему стратегия расширения бренда, успешно применяемая в сфере бытовой техники, потерпела неудачу в случае с этим производителем средств гигиены? Дело в том, что бренды в разных отраслях играют разную роль. Бренд — это гарантия качества продукции, а также символ статуса пользователя. Покупая и используя бытовую технику известных брендов, потребитель получает гарантию качества и демонстрирует свой статус. Именно в этом заключается причина высоких цен и больших объемов продаж брендовой бытовой техники. Создание известного бренда требует не только хорошего продукта, но и огромных инвестиций в рекламу. Поэтому, имея один продукт под известным брендом, компания может применить этот бренд к другим своим продуктам, чтобы воспользоваться уже имеющимися преимуществами бренда

и сократить расходы на рекламу. В этом смысле стратегия расширения бренда имеет свои преимущества и используется многими компаниями.

Однако стратегия расширения бренда не является универсальной и не подходит для всех. Как и то, что ослик, упав, от этого не становится легче. По крайней мере, в двух случаях стратегия расширения бренда вряд ли будет успешной. Один из них — это ситуация с товарами гигиены, о которой мы говорили. В этом случае бренд также выполняет функцию обозначения различных целей использования продукта для потребителя. Потребителям нужен простой и запоминающийся сигнал, чтобы различать различные назначения однотипных товаров. Например, использование бренда для обозначения туалетной бумаги, предназначенной для разных мест. В таком случае применение стратегии расширения бренда вряд ли принесет успех. Для подобных товаров правильной стратегией бренда должна быть сегментация бренда. У компании Procter & Gamble есть целых 9 брендов стирального порошка, и каждый из них обозначает стирку разных видов одежды, что понятно потребителю с первого взгляда и удобно в использовании. Компания Procter & Gamble добилась успеха.

Другая ситуация: если последующие продукты того же типа будут хуже по качеству, чем предыдущие, то использование бренда высококачественного продукта для низкокачественной продукции приведет к разрушению этого бренда. Если один из ваших видов бытовой техники добился успеха, а другой — нет, разве это не разрушит бренд? Некоторые компании, выпустив один продукт, продают бренд предприятиям, производящим аналогичную продукцию, позволяя им выпускать продукцию под своим брендом, и в результате разрушают свой собственный бренд — таких примеров не одна и не две. В своё время велосипеды «Feige» потерпели крах именно из-за такого расширения бренда.

Продукты различаются по тысячам признаков, их назначение различно, и роль бренда для разных продуктов не всегда одинакова. Применение одной и той же модели расширения бренда ко всем продуктам — разве это не та же ошибка, которую совершил ослик из басни Эзопа?

Конечно, рассмотренное мной здесь расширение бренда — лишь один из примеров. В управлении предприятием подобные ситуации встречаются повсеместно и отнюдь не являются единичными. Управление предприятием подчиняется определенным закономерностям, которые являются обобщением и теоретическим осмыслением практического опыта. Законности имеют универсальное значение, но их применение зависит от конкретных условий. Только при наличии определенных условий можно успешно применять ту или иную закономерность. Законности отличаются от применимых моделей. Следует сказать, что законы не сложны, их можно почерпнуть из книг; настоящая сложность заключается в том, как «живо применять» эти законы с учетом конкретных обстоятельств. Американский экономист Фридман говорил, что законов экономики всего несколько, на самом деле они очень просты, а сложность заключается в том, как их применять. Его слова в полной мере применимы ко всем дисциплинам управления, включая менеджмент и маркетинг.

Осел, конечно, не сможет вывести закон о том, при каких условиях его вес уменьшается, когда он погружается в воду, а при каких — напротив, происходит обратное. Превосходство человека над ослом заключается именно в том, что он способен выводить законы из опыта как неудач, так и успехов. Именно этим и занимаются эксперты. А как применять эти законы, зависит от проницательности и опыта самого предпринимателя. Именно в этом смысле я считаю, что в управлении и бизнесе есть законы, но нет шаблонов. К сожалению, я не могу передать эту мысль через туннель времени ослику из времен Эзо, а могу лишь предупредить современных предпринимателей.

Пути диверсификации бизнеса

Обезьяны умеют подражать людям. Одна обезьяна, сидя на дереве, наблюдала, как рыбак закинул в реку трал для ловли рыбы. Когда рыбак ушел на обед, обезьяна спустилась с дерева и стала подражать ему. Но как только она взяла трал, запуталась в нем и не смогла выбраться. Обезьяна пробормотала: «Я сам виноват: я ведь никогда не учился ловить рыбу, зачем же я решил заняться этим?» Это басня «Обезьяна и рыбак» из сборника «Басни Эзопа». Автор говорит, что мораль этой басни заключается в следующем: если насильно вмешиваться в дела, не имеющие отношения к своей основной деятельности, то не только ничего не получишь, но и подвергнешь себя опасности. Те предприятия, которые в процессе диверсификации, не учитывая своих собственных условий, входят в незнакомые отрасли, во многом похожи на эту самонадеянную обезьяну.

Для того чтобы стать крупнее и сильнее, диверсификация деятельности в разных отраслях действительно является одним из возможных путей. Многие компании в мире выросли именно в процессе диверсификации. Однако диверсификацию также называют «прекрасной ловушкой»: она выглядит очень заманчиво, но таит в себе множество опасностей, и одно мгновение невнимательности — и можно в неё попасть. Глядя на компании, успешно прошедшие диверсификацию, ни в коем случае не следует забывать, что многие компании именно в процессе диверсификации пришли в упадок. Подобно той обезьяне, которая, помимо сбора плодов на дереве, захотела ещё и ловить рыбу: если такая межотраслевая деятельность увенчается успехом и она получит и плоды, и рыбу, жизнь станет лучше, но если ей не повезёт и она запутается в сети, то лишится даже жизни. Итак, как же в процессе диверсификации избежать ловушки и добиться хороших результатов?

Любая диверсифицированная компания на разных этапах развития должна уделять основное внимание одной отрасли. В экономике диверсифицированные компании называют «компаниями с не связанными между собой продуктами», и доход от одного вида продукции в таких компаниях должен составлять не более 70 % от их общего дохода. Говоря о 70 %, а не о 30 % или 40 %, имеется в виду, что доход от основного вида деятельности должен приближаться к 70 %. Основной вид деятельности — это отрасль, в которой компания уже добилась успеха, обладает отработанными технологиями, занимает надежный рынок и способна приносить стабильный денежный поток и значительную прибыль. Это дает компании финансовую мощь для освоения новых отраслей, а также способность выдерживать риски, связанные с их освоением; даже в случае неудачи она сможет восстановить свои позиции за счет существующей деятельности и избежать банкротства. Подобно тому, как обезьяна, для которой сбор фруктов является основным занятием: даже если рыбалка не удастся, она сможет прокормиться фруктами и дождаться подходящего момента, чтобы заняться чем-то другим.

Обезьяна на самом деле не умеет ловить рыбу, а лишь слепо копирует несколько движений, связанных с закидыванием сети; говоря нашими словами, она вошла в незнакомую отрасль. Поэтому, как только она туда вошла, это было равносильно попаданию в минное поле, которое она не понимает. Каждая отрасль имеет свои особенности; посторонний человек видит только поверхность, не понимая внутренней ситуации и не зная, где находятся мины, поэтому легко может получить результат, подобный тому, что получила обезьяна, ловящая рыбу. Гонконгская бизнесвумен Гон Русинь, когда-то считавшаяся самой богатой женщиной Азии, однажды решила войти в супермаркетный и сельскохозяйственный секторы Шанхая.

Она приобрела сеть супермаркетов «Диндинсянь», насчитывавшую 47 магазинов, и арендовала 6000 му земли на острове Чунмин, намереваясь «построить империю свежих продуктов». Однако поскольку она никогда не имела отношения к этим двум отраслям, а среди её подчинённых не было экспертов в данной сфере, то, несмотря на перспективность этих направ-

лений, проект в конечном итоге провалился из-за незнания специфики отрасли. «Диндинсянь» представлял собой сеть супермаркетов, несколько раз переходивших из рук в руки и приносивших убытки на протяжении более десяти лет. Гун Русинь не изучила причины прошлых убытков — как же ей удалось избежать провала? По-настоящему понять отрасль нелегко. Многие компании, успешно диверсифицировавшие свою деятельность, перед входом в новую отрасль проводят обширные исследования, чтобы выяснить, где находятся «минные поля». Без такого процесса ознакомления это всё равно что обезьяна, опрометчиво пытающаяся ловить рыбу.

Способна ли обезьяна ловить рыбу, зависит также от её собственных способностей. То же самое касается и способности компании успешно выходить в другие отрасли. Способности компании включают в себя многое, но с точки зрения диверсификации ключевыми факторами являются способность привлекать финансирование и наличие талантливых кадров. Вход в отрасль требует значительных финансовых вложений, а в некоторых отраслях только после крупных начальных инвестиций можно рассчитывать на будущую прибыль. Люди образно называют такой подход «сначала сжигать деньги, потом зарабатывать»: если не можешь позволить себе тратить деньги, то и заработать не сможешь, но чтобы тратить, нужно сначала иметь деньги.

Многие знают, что гонконгский журнал «Next Magazine» довольно успешен в коммерческом плане. Но мало кто знает, что он достиг сегодняшнего успеха только после инвестиций в размере 90 миллионов гонконгских долларов. Если бы тогда деньги закончились на отметке 80 миллионов и больше не удалось бы найти средств, разве потраченные 80 миллионов не оказались бы потраченными зря? Любой предприниматель знает, насколько важен денежный поток: как только он прерывается, ни одна перспективная отрасль не сможет добиться успеха. Здесь мы подчеркиваем важность способности привлекать финансирование, а не наличие собственных средств.

Если есть надежда на успех, брать в долг — не страшно, а если нет возможности занять деньги, какая польза от самой надежды на успех? Для входа во многие отрасли, возможно, талантливые специалисты важнее денег — например, в таких отраслях, как фьючерсы и ценные бумаги, ключом к успеху являются люди. Те, кто успешно работает в этих отраслях, должны не только иметь профессиональное образование, но, что самое важное, обладать богатым опытом и интуицией. Таких людей часто трудно найти, и их не всегда можно привлечь даже высокой зарплатой. Поэтому, если у вас нет высококлассных специалистов в этой области, не стоит опрометчиво входить в такие отрасли, какими бы солидными ни были ваши финансовые ресурсы.

Каждая отрасль нуждается в специалистах, досконально знающих свою сферу деятельности; без них мир действительно не смог бы вращаться. Некоторые компании из табачной, фармацевтической и других отраслей, опираясь на свои солидные финансовые ресурсы, входят в такие сферы, как общественное питание и гостиничный бизнес. На первый взгляд в этих отраслях нет ничего загадочного, но повара и менеджеры отелей — это именно те специалисты, без которых ничто не работает. Тот, кто умеет сварить рис, не обязательно является хорошим поваром, а без хорошего повара кто будет у вас обедать? На самом деле обезьяна может ловить рыбу, но, как говорится в басне, если она начнет ловить рыбу, освоив лишь несколько движений для закидывания сети, то, конечно же, потерпит неминуемый провал. Правильный подход заключается в том, чтобы обезьяна сначала внимательно изучила, как рыбачат рыбаки (ознакомилась с отраслью), зарабатывала на жизнь в основном сбором фруктов, чтобы накопить деньги на покупку сети и обеспечить себе нормальное существование (сосредоточившись на основном виде деятельности), а затем посмотрела, сможет ли она одолжить средства, необходимые для рыбалки, и найдёт ли обезьяну, умеющую ловить рыбу (капитал и талант), после чего действовать шаг за шагом. У обезьяны нет такой мудрости, но предприниматели должны об этом думать. Именно в этом заключается превосходство человека над обезьяной.

Если у вас есть своя изюминка, сбытом можно не беспокоиться

На одном литературном собрании один поэт долго и громко читал своё новое произведение, заняв почти всё время. Когда кто-то спросил, есть ли у Крылова что-нибудь новое, тот прочитал стихотворение «Суп Джемияна». Ленин тоже называл длинные и безвкусные шаблонные доклады некоторых чиновников «супом Джемияна».

На самом деле осетровый суп, приготовленный Емианом, был очень вкусным. На поверхности плавал слой масла, похожий на янтарь, а внутри были кусочки осетра и рыбные потроха. Но почему же его друг Фока испугался и сбежал, и с тех пор больше не осмеливался навещать Емиана? Оказалось, что Джемиян, считая свой суп отличным, заставлял друга пить его миску за миской. Его друг уже выпил три большие миски и больше не мог, но Джемиян продолжал настаивать: «Что в том плохого, выпить ещё одну миску?».

Экономисты объясняют принципом убывающей предельной полезности, что «даже хороший суп не стоит есть в избытке». Полезность — это степень удовлетворения, которую люди получают при потреблении какого-либо товара (например, рыбного супа). Например, выпив миску рыбного супа, человек получает материальное удовлетворение, а прочитав книгу «Басни Крылова», — духовное. Полезность является исключительно субъективным ощущением потребителя, зависит от личных предпочтений и не имеет объективных критериев; разные потребители получают разную полезность от потребления одного и того же товара.

При анализе полезности экономисты используют важное понятие — предельную полезность. Предельная полезность — это увеличение степени удовлетворения, получаемое потребителем при потреблении дополнительной единицы того или иного товара. Например, если при употреблении одной миски супа полезность Фока составляет 30, а при употреблении двух мисок — 40, то прирост полезности от второй миски равен 10 (40 – 30), следовательно, предельная полезность второй миски составляет 10.

Несмотря на то что полезность является субъективной, потребление всех людей подчиняется одному общему закону. Согласно ему, по мере увеличения количества потребляемого одного и того же товара степень удовлетворения, то есть предельная полезность, уменьшается. Например, когда Фука выпил первую миску супа Джемияна, он почувствовал, что суп очень вкусный, и предельная полезность составила 30. При употреблении второй миски супа вкус оказался хуже, чем у первой, предельная полезность составила 10. Третью миску супа он выпил с большим трудом, и предельная полезность равна нулю. Если бы он выпил ещё и четвёртую миску, ему пришлось бы её вырвать, и предельная полезность стала бы отрицательной. Поэтому Фука поспешил сбежать. Этот закон и называется законом убывающей предельной полезности.

Закон убывающей предельной полезности — это не только описание явления, но и теоретическое обоснование. Полезность или удовлетворение, получаемое человеком от потребления какого-либо предмета, с физиологической точки зрения представляет собой возбуждение, вызванное внешним раздражителем (употребление супа стимулирует желудок, вызывая душевное возбуждение, которое и называется полезностью). Когда один и тот же раздражитель повторяется (непрерывное употребление супа), степень возбуждения постепенно снижается — это и есть убывающая предельная полезность. Если не верите, попробуйте сами выпить рыбный суп.

В экономике предельная полезность является чрезвычайно важным понятием, а закон убывающей предельной полезности — одним из основных экономических законов. Использование экономистами предельной полезности для объяснения определения стоимости привело к революционным изменениям в экономической науке. Поэтому появление теории предельной полезности называют «маргинальной революцией» в экономике, и она стала краеугольным камнем современной экономической теории. Конечно, нет необходимости углубляться в теоретическое значение этого явления, но его практическая значимость заслуживает нашего внимания.

В настоящее время многие предприятия беспокоятся о том, что их продукция не продаётся. На самом деле проблема заключается не в том, что у потребителей нет покупательной способности, а в том, что ваша продукция не удовлетворяет их требованиям, принося им убывающую предельную полезность и превращаясь в «суп Джемиана». Приведем пример. Китай считается великой страной фарфора, но на рынке практически везде представлен голубобелый фарфор с крайне схожими узорами и формами. Такого фарфора вам, в лучшем случае, хватит одного комплекта. Если таких же фарфоровых изделий станет больше, предельная полезность начнет снижаться; а если их станет так много, что негде будет их хранить, предельная полезность станет отрицательной.

Но разве рынок фарфора настолько ограничен? Конечно, нет. Убывающая предельная полезность возникает только в случае одинакового фарфора; для различного фарфора убывающая предельная полезность отсутствует — запомните: убывающая предельная полезность относится к увеличению количества одного и того же товара, а разные товары удовлетворяют разные потребности потребителей, поэтому убывающая предельная полезность в этом случае отсутствует. Фарфор может иметь разные формы и узоры, и каждый вид фарфора может удовлетворять разные потребности, принося разную полезность. Например, практичный фарфор можно использовать в быту, художественный фарфор — для любования, принося потребителю душевное наслаждение, а фарфор с изображениями любимых детских мультгероев, удовлетворяющий потребность родителей в проявлении любви к детям, представляет собой ещё один вид удовлетворения. В случае этих трёх видов фарфора, конечно же, не наблюдается убывающей предельной полезности, а значит, спрос на них не исчезнет.

Степень спроса потребителя на товар зависит от того, какую предельную полезность он получает от его потребления. Если предельная полезность, получаемая потребителем от какого-либо товара, велика, он готов заплатить за него высокую цену; напротив, если предельная полезность мала, он готов заплатить лишь низкую цену. Если предельная полезность равна нулю или даже отрицательна, как в случае с третьей и четвёртой мисками супа Джейми Яна, потребитель ни за что не купит их. В реальности многие предприятия производят столько же супа, как у Джейми Яна, и не могут его продать — разве это не вполне нормально? Экономисты часто говорят: «Нет таких товаров, которые нельзя продать, есть только товары, в которых потребители не нуждаются». Если это не суп Джейми Яна, его обязательно удастся продать.

Причина, по которой у многих компаний нет сбыта для своей продукции, заключается именно в том, что они не умеют удовлетворять разнообразные потребности потребителей с помощью уникальных продуктов. Особенно когда на рынке появляется новый продукт, другие сразу же бросаются его просто копировать, что приводит к увеличению количества товара и, как следствие, к убыванию предельной полезности, из-за чего товар не продаётся. На самом деле, стоит лишь немного подумать и выпустить свой собственный уникальный продукт — разве тогда можно будет беспокоиться об отсутствии сбыта?

Фука не любит суп Джейми Яна и даже больше не осмеливается ходить к нему в гости — все потому, что суп слишком однообразен. Если бы Джейми Ян мог готовить супы разных вкусов или подавать их с разными гарнирами, то, несмотря на то что Фука ест понемногу, но каждый раз что-то новое, он с удовольствием стал бы часто заходить к Джейми Яну. Если бы компания не ограничивалась одним видом супа «Джейми Ян», разве не хлынули бы к ней толпы таких клиентов, как Фука? Не следуйте примеру «Джейми Ян»: клиенты есть повсюду.

В бизнесе не стоит брать пример с Ху Сюэяна

В деловых кругах ходит поговорка: «В бизнесе нужно учиться у Ху Сюэяна». Ху Сюэян — крупный купец конца династии Цин, разбогатевший благодаря связям с чиновниками. «В бизнесе нужно брать пример с Ху Сюэяна» означает, что нужно идти по пути Ху Сюэяна, привязываясь к чиновничьей среде. В феодальном обществе это, возможно, был быстрый путь к успеху для успешного купца, но является ли это путем к успеху для предпринимателя в

современном обществе? Тот, кто зависит от других, в конечном итоге вряд ли сможет добиться успеха. Если не верите, прочтите басню Крылова «Орел и паук».

Орел взлетел на вершину Кавказских гор, взобрался на столетнюю сосну, любовался прекрасным видом и восхвалял Зевса, повелителя всего сущего, как вдруг заметил паука, плетущего паутину прямо над его головой. Орлу это показалось странным, и он спросил: «Как ты сюда забралась?» Паук ответил, что поднялся, уцепившись за хвост орла. В этот момент подул порыв ветра, и паук снова был сдут на землю. Автор восклицает: «Не знаю, что об этом думают другие, но мне кажется, что некоторые люди в этом мире часто похожи на этого паука: они не обладают ни способностями, ни трудолюбием, а просто цепляются за хвост влиятельных и богатых, чтобы стремительно взлететь на вершину, и при этом ходят с выпятившейся грудью и выпяченным животом, словно Бог наделил их силой орла, хотя один порыв ветра может сбить их вниз вместе с их паутиной».

Способности Ху Сюэяна, конечно, намного превосходили способности паука, но он начал свою карьеру благодаря префекту Ханчжоу Ван Юйлиню, а разбогател — благодаря крупному чиновнику Цзо Цзунтану. Без этих «орлов» Ху Сюэян не смог бы достичь больших высот. Конечно, в конце концов Ху Сюэян, как и паук, после потери покровителя был сбит порывом вихря и обанкротился. Разве сейчас не бывает так, что некоторые частные предприниматели, опираясь на отдельных коррумпированных чиновников, добиваются успеха, но когда эти чиновники падают, сами также оказываются вовлеченными в скандал, вынуждены бежать за границу или их предприятия обанкрочиваются?

Полагаться на коррумпированных чиновников — это плохо, а на честных — хорошо? В своё время Ху Сюэянь опирался именно на честных чиновников. Ключ к успеху Ху Сюэяня, опиравшегося на честных чиновников, заключался в том, что тогдашнее общество было феодальным, правительство обладало всемогуществом и полной властью, а общество было основано на правлении людей, и в правительстве все решали чиновники. Экономика в то время полностью контролировалась властями, а во властях решающее слово оставалось за чиновниками; купцы и предприниматели могли выживать и развиваться только по милости чиновников. Если чиновник хочет, чтобы ты погиб, то какими бы способностями ты ни обладал, тебе не удастся ничего достичь; если же он хочет, чтобы ты процветал, предоставляя тебе всевозможные льготы и привилегии, то даже самый недалекий человек сможет построить огромное дело. Будь то Ху Сюэянь, солевые купцы из Янчжоу, купцы из Хуэй или купцы из Цзинь — их взлет был неотделим от поддержки властей или предоставленных ими привилегий. В таком обществе добиться успеха можно было только благодаря чиновникам — будь то коррумпированные или честные.

В рыночной экономике ценится честная конкуренция, а обязанность правительства и чиновников заключается в создании благоприятных условий для функционирования экономики; у них нет полномочий предоставлять кому-либо льготы и привилегии. Все предприятия, независимо от формы собственности и размера, равны перед законом. На честных чиновников, действующих в соответствии с законом и беспристрастно выполняющих свои обязанности, полагаться нельзя: они не предоставят вам особых льгот, как это делали Ван Юйлин или Цзо Цзунтан. Рассчитывать можно только на коррумпированных чиновников: именно они, злоупотребляя властью в личных целях, могут незаконно использовать свои полномочия, чтобы решить ваши дела. Но коррумпированные чиновники — как айсберги: рано или поздно они падут, и как только это произойдет, предприниматели, которые сделали карьеру благодаря им, рухнут, как пауки.

В рыночной экономике, основанной на верховенстве закона, успех предпринимателя зависит все же от него самого. Личные усилия — вот единственный верный путь к успеху предпринимателя. Многие частные предприниматели, не имеющие никаких связей в чиновничьих кругах, благодаря собственным усилиям построили крупные империи и стали звездами рей-

тинга «Форбс», что как раз и подтверждает эту точку зрения. В конечном счёте, успех предпринимателя зависит от личных способностей, усилий и удачного стечения обстоятельств. К таким способностям относятся чуткость к рынку, талант в области управления и смелость в освоении новых направлений. Усилия означают усердный труд, приложение неординарных усилий и пота. Под удачей же понимается их способность воспользоваться благоприятным моментом. Реформы и открытость предоставили всем равные возможности, но лишь немногие сумели воспользоваться этой уникальной возможностью. У каждого успешного предпринимателя есть своя история борьбы, пронизанная слезами и потом, а не история бесстыдного подхалимства и дарения подарков чиновникам. Чтобы подняться на новую ступень, успешному предпринимателю по-прежнему нужны собственные способности, а не втягивание в чиновничьи круги.

Когда мы говорим, что успех предпринимателя зависит от него самого, это не означает, что он может обойтись без правительства. Следует сказать, что успешная компания также должна уметь использовать государственную политику для развития своего бизнеса. Это тоже является одним из проявлений способностей предпринимателя. Развитие за счет особых мер со стороны правительства или чиновников и использование обычной государственной политики — это два разных вопроса. Особые меры в отношении отдельных предприятий зависят от «милости» определенных правительственных руководителей, поэтому для получения таких мер приходится идти по пути зависимости от чиновничьей среды.

Однако обычная политика правительства одинакова для всех предприятий, и умение ею воспользоваться — это ваш профессиональный навык. Например, финансовая политика, направленная на расширение инфраструктуры, предоставляет всем предприятиям равные возможности для развития. Если вы сможете на шаг опередить других в прогнозировании таких изменений в политике и расширить производственные мощности по выпуску продукции, необходимой для инфраструктуры, такой как сталь и цемент, вы добьётесь большего успеха, чем другие. Точно так же, если вы сможете правильно предсказать тенденции изменения процентных ставок, вызванные денежно-кредитной политикой, вы сможете увеличить инвестиции в момент, когда ставки находятся на минимальном уровне, и тем самым сократить процентные расходы по инвестициям. Хороший предприниматель — это не тот, кто не обращает внимания на то, что происходит вокруг, а тот, кто следит за изменениями в государственной политике и корректирует решения своего предприятия в соответствии с этими изменениями.

Ху Сюэянь привлекает многих предпринимателей именно потому, что наша экономика пока не является полностью рыночной, роль правительства по-прежнему остается весьма значительной, и немало частных предприятий добиваются успеха благодаря определенным специальным мерам или привилегиям. Такое явление наблюдалось на начальном этапе развития рыночной экономики во многих странах, но оно ни в коем случае не является универсальным законом рыночной экономики. Наша рыночная экономика находится в процессе совершенствования, и государство постепенно уходит из экономической деятельности. Поэтому для успешного ведения бизнеса нужно полагаться только на себя, а путь Ху Сюэяна ни в коем случае не является правильным путем в рыночной экономике.

Паук, поднявшийся на Кавказские горы с помощью орла, упал; Ху Сюэянь, полагавшийся на чиновничьи круги, в конце концов потерпел крах; частные предприниматели, полагавшиеся на коррумпированных чиновников, обанкротились — неужели кто-то ещё хочет идти по этому пути?

У большого есть свои трудности

Многие предприниматели мечтают о крупном бизнесе, стремятся сделать свою компанию лидером отрасли и готовы расширять её любой ценой. Но разве большое — это всегда хорошо? Басня Крылова «Дуб и тростник» даёт отличный ответ на этот вопрос.

Однажды дуб и тростник беседовали. Дуб сказал: «Ты не выдерживаешь даже веса воробья, один легкий ветерок заставляет тебя качаться из стороны в сторону, и ты выглядишь

жалко; а я, как Кавказские горы, гордо возвышаюсь и стою непоколебимо даже в бурю». Камыш ответил: «Я не так уж и жалок: буря может лишь наклонить меня, но не сломать». Как только разговор подошел к этому моменту, внезапно поднялся сильный ветер: дуб остался стоять, а камыш припал к земле. Ветер становился всё сильнее и сильнее, пока наконец не вырвал с корнями величественный дуб.

Эта притча высмеивает большой дуб и восхваляет маленький тростник. Применяя её к экономике, конечно, нельзя отвергать крупные предприятия и слепо восхвалять только малые. В экономике должны быть предприятия, подобные большому дубу: только такие предприятия способны достичь экономии за счёт масштаба во многих отраслях и выдержать бурю рыночной конкуренции. Но в равной степени нужны и малые предприятия, подобные тростнику. Тем не менее в этой притче, высмеивающей дуб и восхваляющей тростник, есть доля правды.

«У большого есть свои трудности» — эта фраза Ван Сифэн из романа «Сон в красном тереме» иллюстрирует недостатки крупных предприятий. Если рассматривать ситуацию изнутри предприятия, то в крупных компаниях права собственности организованы по принципу акционерного капитала. Между крупными и мелкими акционерами, между советом директоров, представляющим интересы собственников, и генеральным директором, управляющим компанией, а также между руководителями всех уровней и рядовыми сотрудниками складываются сложные и запутанные взаимоотношения, основанные на интересах. Без разумной структуры корпоративного управления трудно скоординировать эти отношения и сформировать синергию коллективной работы.

Внутренняя система управления крупной компании сложна: как при вертикальном, так и при децентрализованном управлении неизбежны потери эффективности, а передача информации и принятие решений зачастую не могут быть своевременными и правильными. Это похоже на большой дуб: снаружи он выглядит очень крепким, но внутри неизбежно есть подточенные места, и при сильном ветре он не всегда способен устоять. С внешней точки зрения «большой корабль трудно развернуть»: когда на рынке происходят значительные изменения спроса, адаптироваться к ним бывает очень сложно — сколько гигантских производителей пишущих машинок обанкротилось в эпоху повсеместного распространения компьютеров из-за неспособности перестроить ассортимент продукции?

По сравнению с трудностями крупных предприятий, малые предприятия, несмотря на свои слабые стороны — как и дуб, они хрупки и не выдерживают даже легкого дуновения ветра — обладают и своими преимуществами: с внутренней точки зрения структура собственности проста, обычно это индивидуальное предпринимательство. Владелец и руководитель — одно и то же лицо, обязанности, права и ответственность полностью объединены в одном человеке, и отсутствуют сложные отношения «доверитель — агент», характерные для крупных предприятий. Предприятие небольшое, система управления проста и не выходит за рамки нормальных управленческих возможностей одного человека; передача информации и принятие решений происходят быстро и своевременно, а эффективность внутреннего управления высока. С внешней точки зрения, «маленькая лодка легче поворачивает» — она может в любой момент адаптироваться к изменениям рыночного спроса и скорректировать структуру продукции. Примеров успешного ведения малого бизнеса немало.

В этой притче большой дуб был повален сильным ветром, а маленький тростник остался жив. В природе вымерли огромные динозавры, а многие мелкие животные, жившие в ту же эпоху, до сих пор обладают удивительной жизнестойкостью. Точно так же во время финансового кризиса в Юго-Восточной Азии крупные корейские предприятия получили сокрушительный удар и долго не могли прийти в себя. Экономика Южной Кореи, опиравшаяся на крупные предприятия, пережила серьёзный спад. Однако малые и средние предприятия провинции Тайвань, благодаря своей гибкости и умению приспосабливаться к обстоятельствам, благополучно пережили этот период. Экономика провинции Тайвань, в которой преобладают малые и

средние предприятия, практически не пострадала от этого финансового кризиса и стала ярким исключением на фоне общего спада в Юго-Восточной Азии. Так устроен мир: большое не всегда лучше, а маленькое — не всегда хуже. Большой дуб не во всех отношениях превосходит маленький тростник.

Подобно тому, как мир не может обойтись без большого дуба, так же как и без маленького тростника, экономика страны не может обходиться ни без крупных, ни без малых предприятий. Дуб и тростник должны сотрудничать друг с другом, а не презирать друг друга. Крупные предприятия могут служить опорой экономики страны. Лес без больших деревьев не может называться лесом. Но лес без травы также не сможет долго существовать. Между ними существует экосистемная взаимозависимость. В некоторых отраслях предприятия должны быть крупными, но в этих отраслях также существует большое количество малых предприятий. В автомобильной промышленности преобладают крупные предприятия, но по-прежнему существует множество малых предприятий, поставляющих им запчасти и оказывающих сопутствующие услуги. Без этих малых предприятий крупным предприятиям было бы трудно эффективно существовать и развиваться. Малые предприятия в таких отраслях по-прежнему могут хорошо процветать, опираясь на крупные предприятия. Отношения между крупными и малыми предприятиями также представляют собой экосистемное сосуществование.

Есть также отрасли, в которых небольшой размер предприятия дает больше преимуществ, например, это характерно для многих сфер услуг. Многие заведения общественного питания не отличаются большими размерами, но каждое из них, благодаря своей индивидуальности, обслуживает определённую часть потребителей, удовлетворяя предпочтения разных клиентов и находя для себя нишу на рынке. Конечно, такие отрасли не исключают присутствия крупных предприятий — «Макдоналдс» является успешным примером в этом плане.

Размер предприятия — большой или маленький — формируется в экономике спонтанно в зависимости от особенностей отрасли, региона и целей самого предприятия. Это похоже на то, как если посадить семя дуба, оно не сможет остаться маленьким, а если посадить семя тростника, ему будет трудно вырасти. Не стоит искусственно пытаться сделать дуб маленьким или тростник большим. В настоящее время все же преобладает тенденция к «величию»: либо правительство принудительно превращает маленький тростник в большой дуб, либо сам маленький тростник упорно стремится стать большим. Когда нарушаются законы природы, образованный в результате слияния «большой дуб» не обладает значительными преимуществами — разве можно назвать авианосцем несколько тысяч маленьких лодок, связанных вместе? Есть ли среди маленьких тростников те, кому удалось вырасти в большой дуб? Ирония Крылова в отношении дуба и восхваление тростника отражают его презрение к высокопоставленным чиновникам и любовь к простому народу. В этом заключаются его демократические взгляды. Я привожу эту притчу в первую очередь для того, чтобы высмеять «мечту о крупном бизнесе». На самом деле чиновники должны выполнять свою роль, а простой народ — свою; они должны сосуществовать и процветать вместе. У крупных предприятий есть свои преимущества и недостатки, у малых — свои; они должны сосуществовать, как дуб и тростник.

Спор партнеров о распределении прибыли

Крелов, как литератор, конечно же, не интересовался вопросами собственности, но за его описанием социальных явлений невольно прослеживается важность права собственности. Его басня «Распределение прибыли» — это блестящее описание последствий отсутствия четкого определения прав собственности.

Несколько честных купцов открыли совместный магазин, и, накопив значительное состояние, они закрыли дело и приступили к разделу денег и имущества. Но разве при делении прибыли можно обойтись без ссор? Они так сильно поссорились из-за денег и имущества, что в доме начался пожар, но они по-прежнему спорили о деньгах. Они ссорились так, что забыли о пожаре, и в результате все погибли в огне вместе со своим имуществом. Вывод автора таков:

когда происходит нечто гораздо более важное, причиной общей гибели зачастую становится то, что люди не объединяются для борьбы с общей бедой, а каждый из них стремится отстоять свои интересы.

Обратите внимание: Крелов говорит, что все эти купцы были «честными», что указывает на то, что борьба за выгоду еще не была причиной их поведения. Такая трагедия произошла из-за самой системы «совместного ведения дела». Почему совместное ведение дела привело к такому результату? Крелов не даёт ответа. Конечно, мы и не должны требовать от Крылова ответа.

Согласно объяснению современной экономики, совместный магазин представляет собой форму товарищества, то есть несколько человек являются совладельцами и совместно управляют делом, при этом их права равны. Предприятия, организованные в форме товарищества, с юридической точки зрения несут неограниченную ответственность, то есть каждый участник несет полную ответственность за предприятие. Если предприятие, организованное в форме товарищества, обанкротится и останется с долгами, то даже если в конце концов останется только один участник, этот человек должен будет нести полную ответственность. Это приводит к увеличению риска для каждого участника товарищества.

Внутри партнерства права собственности каждого участника не четко определены; это форма совместного владения, в которой не проводится разграничение между «твоим» и «моим». На начальном этапе создания предприятия все участники сообща борются за его выживание и развитие, и противоречия между ними не стоят остро. Однако по мере развития предприятия, достигнув определенной стадии, из-за нечеткости прав собственности неизбежно возникает целый ряд проблем.

В первую очередь это проблема распределения прибыли, то есть вопрос о выплате дивидендов, о котором говорится в этой притче. Принцип распределения прибыли в компании основан на размере вклада. Вклад складывается из двух составляющих: вложенных в компанию средств и вложенного в нее человеческого капитала (таланта и усилий). На этапе создания партнерства потребность в капитале не велика, и зачастую партнеры делят его между собой: либо каждый получает равную долю, либо каждый получает столько, сколько внес. Поскольку в таких предприятиях не существует какой-либо структуры корпоративного управления, зачастую отсутствуют и критерии оценки результатов работы каждого участника. В результате, когда доходы невелики, противоречия при распределении прибыли не столь заметны; однако как только предприятие разрастается и доходы становятся значительными, эти противоречия обостряются. Именно в этом и заключается источник конфликта между несколькими честными партнерами в связи с «распределением прибыли».

Во-вторых, это проблема принятия решений. Когда предприятие небольшое, принятие решений не представляет проблемы, но по мере его роста между партнерами часто возникают конфликты по поводу дальнейшего развития. Определение направления развития предприятия имеет огромное значение, и ни один из партнеров не останется к этому равнодушным. Однако у каждого есть своё мнение, а издержки на взаимные переговоры весьма высоки. А если такие решения не будут приняты своевременно, в лучшем случае будут упущены коммерческие возможности, а в худшем — предприятие распадется или даже обанкротится.

Споры по поводу этих двух вопросов заставляют партнеров забыть об опасности пожара в доме, в результате чего в конце концов люди гибнут в огне, а всё остальное сгорает дотла. Опасность, о которой говорил Крелов, отнюдь не является преувеличением, а происходит в реальности каждый день.

Семейные предприятия, находящиеся в общей собственности, и акционерные предприятия, в которых доли участия у всех равны, относятся к категории партнерских предприятий с неясными правами собственности. Поэтому партнерские предприятия редко встречаются в странах с рыночной экономикой. В США лишь 5 % предприятий являются партнерскими,

причем в основном это юридические и бухгалтерские фирмы, которые по закону обязаны действовать в форме партнерства.

Чтобы решить проблему конфликтов по поводу распределения прибыли между честными партнерами, о которой говорил Крелов, необходимо обеспечить четкость прав собственности. Лучшей формой обеспечения четкости прав собственности является акционерная форма собственности. Суть акционерной формы собственности заключается в обеспечении четкости прав собственности. В акционерном предприятии может быть много собственников (диверсификация акционерного капитала), но права собственности каждого в предприятии определяются количеством принадлежащих ему акций, а акции имеют конкретных владельцев. Размер доли участия определяет полномочия, интересы и ответственность каждого собственника в предприятии, а значит, определяет и долю дивидендов, причитающуюся каждому собственнику, а также риски, которые он будет нести. Если бы доли участия тех честных купцов из рассказа Крылова в магазине были четко определены, им не пришлось бы спорить при распределении дивидендов, что в итоге привело к гибели магазина и людей.

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.