

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ
ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЯПОНСКОГО ФЕНОМЕНА
«КОРПОРАТИВНЫЙ ЧЕЛОВЕК»**

В. А. Симхович,

*кандидат филологических наук, профессор кафедры иностранных языков
Белорусского государственного экономического университета, докторант БГУ*

В середине 90-х годов XX ст. в связи с определением курса реформирования российской экономики много говорилось о мировом опыте и возможностях его использования. Высказывались различные мнения – от безоглядного заимствования до утверждения о полной неприемлемости такого опыта в специфических условиях России, однако все сходились в том, чтобы использовать преимущественно западный опыт, т.е. опыт европейских стран и США. Ряд исследователей полагает, что недостаточное внимание уделялось Японии – государству с бесспорно высокоразвитой экономикой и мощнейшей индустрией [1. С. 67].

Японский опыт многогранен, и в качестве одной из ярких его граней называют развитие крупных организационно-хозяйственных структур, или «сюданов», демонстрирующих всему миру исключительную эффективность. Более того, Япония на своем примере доказала миру, какой эффективной может быть в процессе достижения поставленных целей и система управления. После второй мировой войны в период становления японской системы управления сформировался и феномен «человек корпорации», придавший японскому опыту явную неповторимость. Возникновение корпоративного человека было вызвано причинами социального, экономического и культурного характера, хотя этот феномен имеет корни в далеком прошлом.

Традиционное представление о данном феномене свидетельствует о том, что корпоративный человек – это трудоголик, полностью преданный своей компании, не сомневающийся в необходимости бесплатной сверхурочной работы, ставящий трудовые интересы выше личных и семейных и имеющий тесные личные контакты с другими работниками компании. Основные качества корпоративного человека – усердие и трудолюбие, преданность и лояльность компании и т.д. Именно эти ха-

рактеристики упоминаются, когда пытаются объяснить стремительный экономический рост Японии в эпоху Мейдзи (Meiji, 1868–1912) или ее возрождение и превращение в мощную державу в послевоенный период.

Воспитание трудолюбия у японцев было обусловлено причинами экономического характера. Однако утверждение о том, что японцы являются трудолюбивыми от природы, не подкрепляется историческими фактами. В частности, существует ряд указов местных муниципалитетов, регламентирующих трудовой ритм ремесленников, кушцов, самураев и т.д., например, в эпоху Эдо (Edo, 1603–1868) или эпоху Мейдзи [2]. Так, ремесленники трудились с 8 часов утра до 6 часов вечера, имели два обязательных коротких перерыва и час на обед. Выходные приходились на 1-е и 15-е число каждого месяца, к ним добавлялись пять праздничных дней. Ремесленники также отдыхали с 25 декабря по 9 января (новогодние каникулы) и с 11 по 20 июля (каникулы О-бон).

У рыбаков и крестьян рабочий день был короче, чем у современных рабочих, так как отсутствие электричества не позволяло трудиться после наступления темноты, а сезонные и погодные факторы определяли количество рабочих дней. В дополнение местные общины имели свои праздники, например, для исполнения религиозных ритуалов; нередко выходным днем считалось воскресенье. В начале XVII ст. (ранний период эпохи Эдо) крестьяне в японской деревне отдыхали от 20 до 30 дней в году, а к концу эпохи Эдо число дней отдыха возросло до 60–80.

Некоторые исследователи полагают, что в историческом плане именно Макс Вебер, выдающийся немецкий социолог, увязал трудолюбие с этикой протестантизма. В своей классической работе «Протестантская этика и дух капитализма» он убедительно показал, что свойственная протестантизму религиозная

оценка неутомимого «постоянного, профессионального труда как наиболее верного и очевидного способа истинной веры в Бога служила могущественным фактором в возникновении и распространении «духа капитализма» [3. С. 190]. Несомненно, в основе развития капитализма в странах Западной Европы лежат специфические установки, объединяющие религиозный аскетизм с мирской хозяйственной деятельностью. Однако, если в протестантской этике повседневная практическая деятельность соединилась с религиозной аскезой и стала стержнем процесса рационализации всей жизни человека, в западных культурах практическая деятельность не представляла самостоятельной ценности, а выступала элементом или этапом жизни, подчиненным конечным, высшим духовным ценностям.

И хотя поиск аналогов протестантской этики в восточных обществах имеет ограниченный характер, религия, проповедовавшая кодекс трудолюбия, существовала и в Японии. Развитие капитализма в Японии нередко ставят в заслугу С.Сузуки (1579–1655) и Б.Исида (1685–1744). Исида, прошедший путь от конторского служащего до философа и экономиста, был последователем дзен-буддиста Сузуки, взгляды которого он развил до уровня экономической философии, до сих пор господствующей в современной Японии.

Бывший самурай и правительственный чиновник, С.Сузуки создал социальную этику, базирующуюся на дзен-буддизме, согласно канонам которой люди должны стать «живыми Буддами», чтобы жить праведной жизнью. Он проповедовал, что труд приравнивается к воздержанию, и по своей сути есть выражение набожности. Сузуки хотел с помощью буддизма завоевать весь мир; его социальная этика служила бы для всех обществ национальной моралью, которая удовлетворяла бы духовные, религиозные и экономические потребности людей.

По мнению исследователя Ямамото, японцы являются трудолюбивыми, преданными работниками потому, что работа – это их религия, и именно религиозное отношение к труду лежит в основе экономического успеха Японии [4. С. 6]. Японцы в действительности обнаруживают лихорадку религиозных фанатиков в стремлении добиться все более и более высоких экономических целей. Вероятно,

лишь немногие из них признают, что отчасти их мотивацией к усердному труду является подсознательное желание достигнуть состояния Будды, но каждый японец, несомненно, понимает и принимает эту концепцию.

В отличие от учения Сузуки, философия Исида носит более прагматический характер. Исида полагал, что человек отвечает за свое поведение и нравственные нормы, которых он придерживается, и только правда является благом человечества. По его мнению, людей необходимо поощрять для того, чтобы они могли найти удовлетворение в выполнении рутинной работы. Целесообразный поступок, совершенный в рамках функциональной группы, рассматривался как услуга всей общине и, в более широком контексте, всему государству. Труд является тем видом религиозной деятельности, где люди могут применить свой энтузиазм и энергию.

Однако люди не стали трудолюбивыми и прилежными исключительно под влиянием религиозного учения. Они стали трудолюбивыми, преодолев рамки прежних социальных традиций для достижения личных интересов и целей. Мы придерживаемся мнения японского экономиста Мицухару Миямото, который объясняет взаимосвязь религии и экономики тем, что религия – это объективная потребность развития новых социально-экономических отношений, которая оправдывала стремление к обогащению одних индивидов и усмиряла поведение других, подтверждая, что их поведение соответствовало существующим религиозным канонам [5. С. 17].

Доказательством того, что трудоголиками не рождаются, ими становятся, служит так называемая трудолюбивая революция (Industrious Revolution) эпохи Эдо в Японии. В отличие от европейской промышленной революции (Industrial Revolution), целью которой было развитие машинного производства за счет замены труда капиталом и развитие капиталистических производственных отношений, японская революция связывала развитие производства с увеличением количества труда, а не капиталовложений. Следует оговорить, что речь идет о сельхозпроизводстве, объемы которого в значительной степени возросли именно в эпоху Эдо. Этот период эпохи Эдо, названный допромышленным экономическим развитием, проложил дорогу

для промышленной революции в экономике Японии в начале XX ст. в период, который последовал за эпохой Мейдзи. Важно отметить, что рост производительности сельского хозяйства достигнут не применением огромного количества сельскохозяйственных животных, а благодаря огромным затратам труда самих людей, использовавших плуг, мотыгу и удобрения. Крестьяне должны были не просто много и усердно работать, они должны были думать о том, как увеличить эффективность и производительность труда, осуществляя тщательную подготовку и детальное планирование трудового процесса. Именно такой вид труда требовался для выращивания риса на малых площадях не очень плодородных японских земель, производство которого во многом зависело от погодных условий.

Значение «трудолюбивой революции» эпохи Эдо заключается в том, что в то время сформировалось понимание японцами представления о труде, а именно, что хороший, усердный труд должен хорошо оплачиваться. Этот период дал возможность осуществить промышленную революцию в Японии в начале эпохи Тайсё (Taisho, 1912–1926). Основным свойством труда становится его квалифицированный характер для работы на станках, который потребовал дисциплины, важных условия фабричного производства. Для приобретения трудовых навыков, квалификации необходимо соблюдать правила фабричного производства. Кроме того, надо стремиться совершенствовать трудовые навыки. Именно такой вид труда был подготовлен промышленной революцией, а данное его качество использовано японскими корпорациями при внедрении фирменной системы квалификации, основывающейся на навыках: по мере того, как возрастает компетенция (квалификация) работника, повышается и его статус на фирме.

Расхожее мнение о том, что зарплата японских рабочих зависит от трудового стажа, не совсем соответствует действительности. Основная зарплата постоянного работника состоит из трех частей: зарплата в зависимости от стажа (30%), зарплата, связанной с производительностью (10%), и зарплата в соответствии со статусом, или рангом (60%). Поскольку труд работника оценивается исключительно по его компетенции, на основании чего ему присваивается определенный ранг, именно ранг в зна-

чительной степени влияет на размер заработной платы [6]. Поэтому трудолюбие не означает тяжелый изнурительный труд. Наоборот, если задумано выполнение какой-либо работы, то осуществляются ее планирование и подготовка, и это происходит благодаря привычке. Иными словами, формирование и развитие привычек являются обязательными условиями для того, чтобы быть трудолюбивым. И японская система управления раздвигает рамки трудовых обязанностей или часто изменяет их, с тем чтобы реализовать систему выплат и продвижения по службе в зависимости от компетенции. Развитие трудолюбия, подкрепленное квалификацией, было главным преимуществом японских корпораций в их борьбе с зарубежными конкурентами за высокую производительность и высокое качество.

После капитуляции Японии в августе 1945 г. население оказалось в растерянности: страна впервые потерпела поражение, а огромные усилия в поддержку, как считалось, правого дела, стали напрасными. К. Мацусита, основатель корпорации «Мацусита Электрик», известной торговыми марками «Панасоник», «Нэшнл» и др., видя замешательство окружающих его людей, в своем письменном обращении к каждому работнику писал: «Именно производство – основа возрождения. Давайте подтвердим традиционный дух <...> и отдадим все силы на восстановление страны и подъем культуры». В октябре того же года возобновляется выпуск бытовых электротоваров, а в ноябре провозглашается политика «высокой зарплаты и высокой производительности» и «дальнейшей специализации производственных операций». Основной упор делается на правильный подбор персонала, чтобы каждый мог в полной мере применить свои способности в общем деле преодоления кризиса.

Идеи Мацуситы оказали огромное влияние на развитие бизнеса и возрождение экономики Японии. Именно в послевоенные годы японцы становятся полностью преданными работе и корпорации. Они превращаются в известных трудолюбивых людей, которые работают без усталости и бескорыстно на благо своей компании, иными словами, в людей корпорации. В действительности, они желали работать так много только потому, что верили, что компания компенсирует их трудовой вклад продвижением по службе и ростом заработ-

ной платы. Производя товары высокого качества по низкой себестоимости, работники корпораций вносили свой вклад в социальное и экономическое развитие страны, а также помогали своим компаниям завоевывать новые рынки сбыта и увеличивать прибыли. Они понимали, что чем больше они работают, тем больше они получают.

Как известно, Япония не прошла историческую стадию свободного рынка рабочей силы. В период после второй мировой войны и вплоть до 80-х годов состояние институциональных основ функционирования ее экономики характеризовалось как «общая недоразвитость рыночной системы». Ряд исследователей считает, что, «несмотря на такую недоразвитость, а, как теперь становится ясным, наверное, именно благодаря ей, Япония в этот период показывала рекордные темпы экономического роста» [1. С. 75]. Мы полагаем, что не последнюю роль в этом сыграла такая черта японской нации, как трудолюбие.

Однако руководство корпораций не сумело предложить своим работникам приемлемый мотив или способ вознаграждения. Бескорыстная служба не может продолжаться бесконечно. Довоенные ценности, такие как патриотизм и героизм, были внедрены в сознание простого народа в течение достаточно короткого промежутка времени и также быстро исчезли. По мнению самих японцев, точно также и трудолюбие, благодаря которому японская нация стала известна в послевоенный период, оказалось не длительным проявлением национального характера, а временным явлением, специфическим для определенного этапа экономического развития страны [7].

Едва ли не в каждой книге о японской экономике, написанной в 60-х и 70-х годах, говорилось о том, что, несмотря на явные достижения, в ней имеются досадные «пережитки феодализма» (пожизненный найм, перыночные отношения с партнерами, общинность, коллективизм и т.д.), которые должны скоро исчезнуть. Прошли годы, а «пережитки» не только не исчезли, а стали получать совершенно иные оценки, признаваться стержнем новой и безусловно прогрессивной японской экономической модели.

Именно общинность и коллективизм японской нации являются социальными предпосылками возникновения феномена «корпо-

ративный человек». В частности, речь идет об отношениях между членами социальной группы (группы), культивируемых в японском обществе в течение столетий. Эти отношения, появившиеся в ответ на трудности тяжелой жизни, которую вело большинство японцев в более ранние эпохи, эпоху Эдо и т.д., можно обозначить словом *ganbaru*, что означает «не сдаваться», «быть терпеливым и страдающим», «продолжать работать невзирая на трудности», «стараться добиться успеха» и т.д. Выживание в трудных условиях требовало взаимопомощи и трудового участия всех членов клана или социальной группы. Безоговорочное принятие членом социальной группы концепции тяжелого постоянного труда и борьбы получало материальную и духовную поддержку группы. В свою очередь, полная и безоговорочная поддержка при любых обстоятельствах требовала от члена группы его полной и безусловной лояльности и преданности своей группе, что культивировало его зависимость сначала от семьи, а затем корпорации. В процессе быстрой индустриализации и экономического роста Японии в эпоху Мейдзи и период подготовки ко второй мировой войне *ganbaru* превращается в менталитет народа и до сих пор остается главным лозунгом жизни японцев.

В японском обществе отношения мотивации и власти базируются на принципах и логике подарка или социального обмена. В моральных экономиках самые важные социальные и экономические отношения, от которых зависят само выживание и благосостояние групп и их членов, строятся на основе взаимного обмена материальными благами и трудовыми действиями. Такие отношения между членами семьи, а затем и между работником и работодателем являются социальным контрактом, своего рода нравственным договором, основанном на чувствах сыновьего почтения, долга и абсолютной лояльности в обмен на перушимое обещание помощи. В японской экономике для заключения долгосрочных, многоуровневых контрактов различного характера используются именно модели социального обмена или частичного обмена подарками между индивидами. Данные модели очень важны для объяснения механизма формирования доверия, чувства долга и лояльности между наемным работником (корпоративным человеком) и работодателем на японской фирме.

Известно, что общей институциональной основой включения в круг заинтересованных групп, как партнеров фирмы, так и наемных работников, является договор. Сущность японской системы управления в том, что это особый тип трудового соглашения между наемным работником и нанимателем. По мнению ряда исследователей, отношения пожизненного найма выступают одним из типов социального обмена, поскольку они имеют долгосрочный и многоуровневый характер и базируются на неформальном соглашении [8]. В частности, контракт, который подписывают наемный работник и наниматель в крупных японских фирмах, действительно является юридическим документом, но этот контракт очень краток и не содержит специфических деталей, касающихся прав и обязанностей. Он просто символизирует существование имплицитного и инклюзивного соглашения двух сторон. Имплицитное соглашение предполагает, что, во-первых, наем будет длиться до какого-то неопределенного пенсионного возраста, это так называемый пожизненный наем. Во-вторых, работник может рассчитывать на определенный статус и зарплату, размер которой возрастает в зависимости от трудового стажа. В соответствии с этим соглашением обеспечивается определенный уровень обеспечения занятости, однако ни зарплата, ни продвижение по службе, ни функциональные обязанности детально не оговариваются. Незначительная конкретизация означает, что трудовые навыки и виды работ будет легче приспособить к технологическому прогрессу, если рабочий будет иметь большой практический опыт и стаж работы. Таким образом, перевод на другое место работы с необходимым внутрифирменным обучением является еще одним аспектом имплицитного соглашения. Поскольку работники не всегда желают переходить в другие цеха, администрация подразделения может предложить более высокую должность, и те работники, которые прошли все ступеньки служебной лестницы у себя в цеху или родственных подразделениях, охотно принимают переход.

Используя данную практику, японские компании полагаются на внутренний рынок труда, когда речь идет о заполнении вакансий. Вместо того чтобы заниматься поисками рабочих необходимой квалификации на стороне,

они прежде всего присматриваются к своим служащим. Работники компании, чувствуя, что у них есть перспективы продвижения по службе, в большей степени расположены оставаться в данной компании, и долгосрочная занятость растет. Таким образом, японскому стилю управления удалось добиться обеспечения рабочей силой, что, в свою очередь, стало важнейшим фактором, влияющим на формирование у служащих фирмы навыков более высокого уровня. Работник должен оставаться на фирме для того, чтобы возместить затраты, понесенные на его обучение. Это осуществляется при помощи практики выплат и продвижения по службе. Достигнув таким образом успеха в закреплении работника, управление фирмы может начинать подготовку прочного фундамента для развития его навыков.

Принимая во внимание социальный контракт, легко объяснить принятие в послевоенный период концепции пожизненного найма в качестве основного принципа японской системы управления, закрепляющего экономическую зависимость наемного работника. Именно поэтому японские компании предоставляют постоянным работникам ряд льгот и программ помощи для того, чтобы обеспечить большие достижения и высокий уровень их лояльности. И хотя эти программы оказывают незначительное влияние на фактические результаты труда, они способствуют воспитанию сильного чувства товарищества и морального долга у работников корпорации.

Несомненно, сочетание сильных моральных обязательств корпоративного человека и высокого уровня его социальной, экономической и психологической зависимости от компании имеет свои недостатки. Из-за абсолютного долга *ganbaru* чем больше японец демонстрирует свое желание приносить себя в жертву компании (бесплатная сверхурочная работа, неиспользованный оплачиваемый отпуск и т.д.), тем больше возрастает его ценность как человека корпорации, что способствует продвижению по службе. Поскольку всегда трудно объективно оценить работу сотрудника, то продолжительное пребывание на рабочем месте рассматривается японскими менеджерами одним из способов такой оценки. Они полагают, что продолжительное пребывание на рабочем месте способствует совершенствованию навыков и, соответственно, приносит плодо-

творные результаты. Именно поэтому корпоративного человека легко заставить выполнять все более и более трудную и тягостную работу. Более того, даже если японец и понимает, что его ставят в жесткие временные рамки или задание выходит за пределы его квалификации, он не может, да и не смсет просить об уменьшении объемов работы, улучшении условий труда и т.д., ибо приносить себя в жертву компании является добродетелью.

Взаимоотношения корпоративного человека и японской системы управления строятся не на отношении лояльности работника к своей компании и не на отношении, которое устанавливает приоритет коллективных интересов над личными. Наоборот, это отношение, воспитывающее лояльность и формирующее поведение работника в группе в ответ на требования компании. Проблема в том, как создается это отношение. Естественно, что служащий стремится достигнуть некоторых целей, и прежде всего стабильной гарантированной работы, приобретения определенного статуса и продвижения по службе. Это возможно только в рамках определенной компании, так как только здесь происходит взаимный обмен индивидуальных интересов и целей работника и интересов и целей компании.

В начале карьеры служащий не обладает ни компетенцией (квалификацией), ни желанием работать именно на эту компанию (лояльностью), что позволяло бы считать его корпоративным человеком. В процессе работы он вносит определенный вклад, который компенсируется компанией. Со временем этот вклад увеличивается по мере приобретения все более высокой компетенции, появляется желание удовлетворять требования компании. Более того, рождается осознание ответственности и долга перед компанией. Иными словами, воспитывается чувство лояльности и коллективизма. В обмен компания предоставляет работнику гарантированную стабильную работу, оплату в соответствии со статусом или рангом *shokuno* на служебной лестнице и т.д., в соответствии с основными принципами пожизненного найма и продвижения по службе по старшинству. Однако и пожизненный наем, и продвижение по ступеням должностного и квалификационного роста по старшинству не

гарантируются автоматически. И то, и другое является гарантированным только для тех, кто считается корпоративным человеком, т.е. для работников, которые обладают организационной компетенцией, причем, напомним, компетенцией, специфической только для данной компании, и демонстрируют желание ее совершенствовать. Именно организационная компетенция и осознанное желание работать на благо компании являются основными условиями взаимного обмена на японской фирме, а корпоративный человек может искать свой путь приобретения стабильности в работе и продвижения по службе в данных условиях.

Таким образом, работник японской фирмы становится корпоративным человеком только тогда, когда его трудовая деятельность на данной фирме отвечает требованиям, интересам и целям фирмы. Социальные характеристики корпоративного человека (трудолюбие, лояльность и преданность своей корпорации) доминируют над экономическими характеристиками, ибо и пожизненный наем работника, и его карьерный рост, и оплата труда зависят от того, насколько он трудолюбив, прилежен и лоялен по отношению к своей фирме.

ЛИТЕРАТУРА

1. Евсеевко А., Некрасовский К. О японских «сюданах» // Российский экономический журнал. 1995. № 12.
2. Kato, Tetsuro. Woraholism: It's not in the Blood // Look Japan. 1995. February.
3. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Ч. II. // Избр. произв. М., 1990.
4. Boye De Mente. Japanese Etiquette and Ethics in Business. Chicago, 1991.
5. Miyamoto, Mitsuharu. A Study on Diligence // Japan Currents. 1997. September.
6. Miyamoto, Mitsuharu. Challenges of the Japanese Employment System: An Examination from the Structure-Function Theory Perspective // Reports of 11th SASE Conference. University of Wisconsin, 1999.
7. Sugahara, Mariko. Five Fatal Symptoms of the Japanese Disease // Japan Echo. Summer 1994. Vol. 21. № 2.
8. Murakami, Yasusuke and Rohlen, Thomas P. Social-Exchange Aspects of the Japanese Political Economy: Culture, Efficiency and Change // The Political Economy of Japan. California: Stanford University Press, 1992. Vol. 3.

