

## Предисловие к русскому изданию

Прошли времена, когда ездили на извозчиках и носили платья с кринолином, а философы могли себе позволить такие названия, как «Ясное как солнце изложение широкой публике подлинной сущности новейшей философии; опыт принудить читателя к пониманию»<sup>1</sup>.

Название книги, лежащей перед вами, значительно короче: *Funky Business*.

Что это такое? Английское *business* в переводе, конечно, не нуждается. Бизнес – он и есть бизнес. А вот словечко *funky* создает некоторые проблемы. Прежде всего, это прилагательное не переводится, так сказать, «в лоб». Есть, правда, существительное *funk*, которое означает состояние беспокойства, подавленности и даже страха. Однако в разговорном английском языке *funky* приобретает несколько иной смысл, так как ассоциируется с *funny* (смешно) + *monkey* (обезьяна), то есть с чем-то привлекательным и смешным. У молодежи *funky* – это *клёво*, *стрёмно*. Если добавить, что словом *funk*<sup>2</sup> стали обозначать особое направление афро-американской музыки с ее смесью радости и грусти, то в итоге получается вполне непереводаемая комбинация, что-то вроде «стрёмного кайфа». Таким образом, в результате *funky business* – это чертовски интересно, «клёво», но вместе с тем – это довольно «стрёмное» занятие, бизнес на грани нервного истощения: еще чуть-чуть и будет срыв. Авторы книги так описывают общество, в котором живут: «Это ужасно. Это здорово. Это пугает. Это веселит. Это подавляет. Это странно».

Книга очень удачно переведена.<sup>3</sup> Русский текст не только точно передает содержание английского оригинала, но и особенности авторского стиля.

При поверхностном знакомстве с текстом может показаться, что перед нами незамысловатая беллетристика о том, как творится бизнес там, у них на Западе. Однако эта книга не о «них», а о «нас», то есть об обществе в эпоху фундаментальных перемен. Сегодня и мы, и Запад-

<sup>1</sup> Так назвал свое произведение известный немецкий философ-идеалист Иоганн Готлиб Фихте (1762-1814).

<sup>2</sup> Funk – музыкальный стиль 1970-х, ставший стержнем нового течения в американской культуре, его приверженцы отличались некоторой эксцентричностью, самодостаточностью, вплоть до эпатажа и вызова моральным устоям общества. (Прим. переводчика.)

<sup>3</sup> Перевод сделан выпускником INSEAD г. Павлом Павловским.

ное общество находимся в стадии самых радикальных перемен. Современные технологии скорее объединяют, чем разъединяют человечество: мы, и здесь и там, одинаково одеваемся, ездим на однотипных автомобилях, смотрим, черт подери, одну и ту же рекламу. В наше время уже не столь существенно, где ты географически находишься – в Санкт-Петербурге, Москве или Нью-Йорке. Важно идти в ногу со временем, не упускать уникальную возможность использования информационных технологий для сокращения той пропасти, которая все еще существует между нами и Западом.

Эта книга, по большому счету, о бизнесе в условиях так называемой Новой экономики. При этом она не является сборником рецептов по ведению бизнеса. Она заставляет думать, сравнивать, и тем *содействует* принятию верных тактических и стратегических решений.

О Новой экономике говорят и пишут уже не только экономисты.

Термин *Новая экономика* характеризует ряд качественных и количественных изменений, которые в последние годы преобразовали структуру и правила функционирования экономики. Новая экономика основана на знаниях и передовых технологиях, которые стали основой основ современного общества. Сегодня даже традиционные товары насыщены и даже перенасыщены интеллектуальной составляющей. Так, около 70% стоимости нового автомобиля приходится на его нематериальную часть.

В Новой экономике фокус сместился с производства товаров на оказание услуг. Это не означает, что производство товаров уменьшается. Просто высокие темпы роста производительности труда в промышленности и сельском хозяйстве обеспечиваются тем, что большая часть рабочей силы занята в сфере услуг или информации.

Важная особенность Новой экономики – значительное расширение торговли. Это, в свою очередь, ведет к усилению конкуренции и превращению инновационного процесса в критический элемент успеха. В результате глобализация экономики ускорила ее реструктурирование, привела к снижению удельного веса одних отраслей промышленности и росту других. Один из индикаторов этой тенден-

<sup>4</sup> Так, американский экспорт и импорт увеличился с 11% от ВВП в 1970 г. до 24,3% в 1998. Кроме того, США все более и более специализируются на производстве сложных товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью.

ции – возрастающая роль экспорта и импорта.<sup>4</sup>

В Новой экономике творческие идеи и новые технологии – ключ к росту, созданию новых рабочих мест и более высокому уровню жизни. Это экономика, при которой риск, неуверенность и постоянные изменения являются скорее правилом, чем исключением.

Другая черта Новой экономики – динамизм и конкуренция. Современная экономика порождает новые, быстрорастущие частные компании. Ее инновационная способность зависит от степени насыщения такими компаниями. Но речь идет не просто о создании малых фирм, а о появлении быстрорастущих компаний, или так называемых газелей – то есть компаний с темпами роста не менее 20% в год в течение четырех лет подряд, – которые дают львиную долю чистого прироста новых рабочих мест.

Новая экономика характеризуется *кооперацией конкурентов*. Инновации и ценности все более и более производятся совместно (в результате кооперации и взаимодействия производителей-конкурентов). Социальный капитал (совместная работа, общие нормы ведения бизнеса и доверие) столь же важен, как капитал физический (заводы, оборудование и технология) и человеческий (интеллект, умения и знания).

Современные фирмы за счет роста кооперации все более и более поворачиваются к поставщикам, клиентам, университетам, лабораториям для развития технологии и новшеств. Рост кооперации среди разных организаций в форме товариществ и консорциумов внес неоценимый вклад в развитие американской экономики. В 1985 г. Европа и США имели приблизительно одно и то же число технологических союзов и промышленных объединений. С тех пор их число в США существенно возросло, особенно в 1990-е гг., а в Европе и Японии значительно снизилось.

Новая экономика – не экономика массового производства. Если *старая* экономика была организована в основном вокруг стандартизированного массового производства, новая строится вокруг гибкого производства товаров и услуг. Рост производства, который все чаще основан на информационных технологиях, позволяет компаниям развивать «гибкие» фабрики и офисы, в которых увеличение разнообразия выпускаемых товаров и услуг не сопровождается значительным ростом издержек производства. Более гибкие и проворные компании

лучше приспособлены к выходу на новые рынки. Кроме того, жесткая конкуренция требует от компаний, чтобы они постоянно разрабатывали новые изделия и услуги и захватывали новые рынки. Одним из показателей расширяющегося выбора потребителя является число регистрируемых торговых марок. В 1984-1989 гг. оно постоянно увеличивалось. Но с 1989 г. количество торговых марок возросло резко, и если в 1989 г. регистрировалось около 80 000, то в 1995 г. – уже 180 000.

Масса товаров на полках бакалейных магазинов увеличилась с 13000 наименований в 1980 г. до 30000 в 1998 г. За 10 лет (с 1987 по 1997) число изданных в США журналов увеличилось с 2 500 до 4 400 наименований. В течение нескольких последних лет в США каждый год появляются до 50 000 новых наименований товаров и услуг, тогда как в 1970 г. этот показатель составлял менее 10 000.

В Новой экономике возросшая скорость и темп жизни становятся нормой. Жесткая конкуренция в сочетании с волной нововведений существенно сократила жизненный цикл товара. Способность к нововведениям и захвату рынков сбыта становится наиболее важным элементом конкурентных преимуществ. В некоторых секторах, особенно в информационных технологиях, темп нововведений настолько высок, что фирмам приходится буквально «бежать» только для того, чтобы «остаться на месте»<sup>5</sup>. Сегодня компьютер теряет приблизительно 1% своей стоимости в неделю.

Вернемся к названию книги. Можно предложить что-то в стиле Фихте: «Жизнерадостное изображение для далеко не элитной публики неподдельной правды о нравах и законах стрёмного бизнеса, или Попытка поведать о Новой экономике».

Как говорят авторы: добро пожаловать в мир фанка!

*Василий К. Дерманов, научный редактор*

<sup>5</sup> Аллюзия на Л.Кэрролла. Алиса в стране чудес.