

**Ясеновский Андрей Андреевич**аспирант Института социологии  
Российской академии наук**ТРАНСФОРМАЦИЯ  
ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ  
СОВРЕМЕННЫХ МНК****Аннотация:**

*В статье анализируются трансформационные процессы в организационной структуре многонациональных компаний. Переход от традиционной пирамидальной структуры к сетевой сопровождается множеством изменений в управлении, во взаимодействии между сотрудниками, в организации рабочего пространства. Крайне важным становится изучение этих трансформационных процессов и того, как формируется образ жизни современного наемного работника в данных условиях.*

**Ключевые слова:**

*многонациональные компании, организационная структура, сетевая структура, наемные работники, образ жизни, организации.*

**Yasenovskiy Andrey Andreevich**PhD student, Institute of Sociology,  
Russian Academy of Sciences**TRANSFORMATION OF  
ORGANIZATION STRUCTURE OF  
MODERN MULTINATIONAL COMPANIES****Summary:**

*The article deals with the transformation of the organization structure of multinational companies. The transition from the traditional pyramidal structure to the network structure is accompanied by numerous changes in management, communication between associates, and organization of work space. It is extremely important to study these transformation processes and the lifestyle of contemporary employees in these conditions.*

**Keywords:**

*multinational companies, organization structure, network structure, employee, lifestyle, organizations.*

В настоящее время многонациональные компании (МНК) значительно опережают множество национальных государств по экономическим показателям. Так, среди 250 крупнейших экономик мира на 2013 г. было 175 МНК, в организации которых задействованы всего лишь 75 государств. Роль многонациональных компаний в мировой экономике и в формировании международного рынка труда продолжает расти. Например, годовой оборот Samsung Electronics в 2013 г. составил 178,6 млрд долл., что на 3 млрд больше, чем показатель ВВП за 2013 г. на Украине (175,5). При этом на благосостояние компании Самсунг трудится 236 000 человек, тогда как на благосостояние Украины – 23,1 млн человек, что на 98,8 % больше количества сотрудников Самсунга [1].

В условиях глобальных изменений в крупных МНК наблюдается формирование особой сетевой структуры, характеризующейся снятием различного рода барьеров (административных, информационных, территориальных и т. п.) и повышением производительности и конкурентоспособности компании. Примерно в 1960-е гг. компании начали постепенный процесс децентрализации и федерализации. Такая реструктуризация корпораций была обусловлена тем, что в информационную эпоху крупные пирамидальные организации оказались неспособны быстро реагировать на внешние изменения.

Изменение организационной структуры МНК не только повышает эффективность, но и ведет ко многим переменам в самой корпорации, в отношениях между работниками, в образе мышления и в стиле жизни. Кроме того, переход к сетевой организации связан непосредственно с трансформацией общества в целом. Прибегая к теории одного из основоположников классической немецкой социологии, Фердинанда Тенниса, мы можем сказать, что в истории существуют два способа организации людей: «община» (органическое единство, живая связь) и «общества» (конструкция мышления, механический артефакт) попеременно доминировали в западном обществе, которое для всего остального мира длительное время является авангардом развития. Первый способ соответствует как раз сетевой структуре, а второй – традиционной пирамидальной.

Переход от одного типа строения объединений к другому связан с огромным количеством факторов, которые в своей совокупности постепенно приводят к таким масштабным сдвигам. Так, Маршалл Маклюэн утверждает, что изначально было «племя» – органическое, устное общество, общество колеса (цикла), но изобретение фонетического алфавита и книгопечатания стали ключевыми моментами в преобразовании этого общества. Первое новшество отделило звук от значения, так как звук стал наноситься на бумагу, его стали воспринимать глазами – звук стал визуальным. Вторая технология «максимально усиливает визуальные черты алфавита и таким образом доводит индивидуализирующее воздействие фонетического алфавита до такой степени, которая была недоступна рукописной культуре» [2, с. 280]. Если устное общество было

аудиотактильным, где основным органом восприятия являлся слух и господствовало мифологическое, эмоциональное, симультанное восприятие и реагирование на сообщение, то печатное общество стало визуальным, функция восприятия была переложена со слуха на зрение. Человек отбросил эмоции и стал мыслить аналитически и рационально. Гомогенность, однородность, воспроизводимость пришли на место аудиотактильности. Именно в таком обществе начали формироваться традиционные крупные корпорации с пирамидальной структурой, они являются воплощением всех тех идей, что несет в себе галактика Гутенберга.

Однако многие изобретения и открытия человечества привели к возникновению совершенно иных тенденций. М. Маклюэн пишет: «Распад галактики Гутенберга был теоретически зафиксирован в 1905 г. с открытием искривленного пространства, но на практике уже двумя поколениями раньше она начала рушиться под натиском телеграфа. С признанием в 1905 г. искривленного пространства галактика Гутенберга официально распалась. Конец линейной специализации и фиксированных точек зрения сделал неприемлемым знание, разделенное на множество областей» [3, с. 435]. Создание интернета утвердило эту тенденцию и придало ей невероятную скорость, а внедрение этой технологии в систему управления и производство повлияло на постепенный переход корпораций к сетевой структуре.

Если теорию М. Маклюэна накладывать на теорию Ф. Тенниса, то получается, что «община» соответствует устному обществу (аудиотактильному), а «общество» – механистическому (визуальному). Переход от «общины» к «обществу» сопровождался индивидуализацией человека, возникновением общественного договора и национального государства. Причиной этой индивидуализации стало создание книгопечатания, которое породило публику, получившую возможность увидеть свой язык, освоить национальную культуру, что способствовало централизации и появлению национальных государств.

Теперь же мы возвращаемся к «общине», но к «общине» качественно нового уровня. Современный этап истории стремится к разрушению иерархии и централизации (всех соответствующих структур, например, национального государства и церкви). Мир превращается в глобальную деревню, в связи с уничтожением пространства вновь начинают преобладать неформальные отношения, растет уровень естественных, органических объединений. Компании быстро схватывают эти тенденции и начинают перестраиваться под новую реальность и поэтому предпочитают сетевую структуру пирамидальной, создают множество маленьких практически независимых единиц вместо одной крупной и неповоротливой. Эти филиалы или дочерние компании наделяются свободой в действиях, в принятии решений и соответствующей ответственностью, а их незначительный размер необходим для создания неформальных отношений, которые повышают эффективность работы.

Происходят и другие трансформации. Так, переход к доминированию сферы услуг и соответствующая деиндустриализация есть следствия того, что нематериальные ценности начинают преобладать над материальными. Экономической основой общества все чаще становится информация, и все внимание сосредоточивается на создании символов и знаний. Меняется и форма производства: вместо тяжелого ручного и однообразного труда в производстве знаний начинает доминировать творчество.

В.Л. Иноземцев по этому поводу говорит, что ценности сегодня создаются не трудом, а творчеством. Раньше ценности создавались трудом, тяжелым, изнурительным, на пределе физических возможностей и при отсутствии каких-либо благоприятных условий. Это была рутинная работа, где человек выполнял одну или несколько механических операций. Сейчас же ситуация изменилась и продолжает меняться. Где есть порядок – там отсутствует творчество, это также фактор в пользу смены структуры различных типов организации: с четкой, упорядоченной, иерархической, пирамидальной на хаотическую, сетевую. Чаще всего индивиды воспринимают хаос как нечто негативное, плохое: причиной тому – столетия, проведенные в соответствии с четкими правилами, традициями, догмами, рациональными доводами. Но именно хаос способствует творчеству. Вот откуда, наверное, возникло выражение «творческий беспорядок». Он позволяет человеку соединить несоединимое. Факт перехода от труда к творчеству способствует изменению не только структуры организаций, но и их формы.

Мы все чаще становимся свидетелями того, как ведущие компании, например, Apple, Google или русские Yandex, Mail.ru, создают соответствующие творческому настроению офисы. Они выглядят совсем иначе: это уже не 10 рядов столов с компьютерами, за которыми в определенном порядке сидят сотрудники, а что-то вроде офисов-клубов, где царит творческая, непринужденная атмосфера. Подобное предсказывал Чарльз Хэнди: «Поэтому готовьтесь увидеть больше офисов нового вида; офисы-клубы, а не офисы-клетушки, которые мы привыкли называть офисами, если нам повезло обладать таковыми. Клубы – это места, куда допускаются только члены и их гости, где помещения имеют свое назначение в зависимости от функции

(прием пищи, встречи, чтение и прочее) и открыты для всех, а не только для отдельных лиц. Вы можете заказать отдельное помещение на определенный период времени или для определенной цели, но в клубе вы не можете повесить табличку со своей фамилией на дверь этого помещения, если только вы не секретарь или управляющий клубом» [4, с. 113].

В результате происходит смена функций. Необходимость постоянно находиться в офисе постепенно снижается, потому что исчезло пространство. Где бы вы ни находились физически, современные технологии позволяют вам «оставаться» в офисе и общаться с начальником или коллегами. Вместе с внутренним пространством офисов изменяется и архитектура бизнес-зданий, а с ними и облик целых городов. Более того, зачем иметь постоянный офис, если можно просто арендовать специальное помещение («воркплейс»), чтобы встретиться и обсудить все наработки, тем самым снижая колоссальные издержки по постоянной аренде или вообще обладанию собственным зданием. Основная работа будет вестись дома, а важные решения, рассмотрение инициатив, брейн-шторминги будут проводиться на созываемых «тусовках» в этих самых арендованных офисах-клубах.

«Офисы были своего рода загонями для людей, которые продавали свое время организации, но теперь лошади отпущены на волю и, чтобы собрать их, когда понадобится, может не хватить ковбоев» [5, с. 101], – замечает Ч. Хэнди. Однако этот недостаток будет компенсирован ростом ответственности, потому как предоставление такой свободы для творчества компании, причем не в лице какого-нибудь директора, а целому сообществу людей, причастных к одному делу, к достижению одной цели, будет требовать от работника определенных результатов. И естественно те, кто не сможет справиться с доверенной ему свободой, будут исключены из «клуба». Именно рост ответственности, а вместе с ним и рост доверия между людьми будут способствовать не только процветанию бизнеса, но и его переходу на новую ступень – социальную, а также процветанию общества в целом.

Растворение личности в организации станет пережитком прошлого: «Я был лишь временным исполнителем роли, а не индивидуумом. Я ссутуливался каждое утро, входя в это задание: мне предстоял еще один день безымянности» [6, с. 68]. Люди наконец смогут прийти к компромиссу между индивидуализмом и конформистским коллективизмом, они смогут чувствовать свою причастность к определенному сообществу (например, компании) и при этом быть собой. Клэй Ширки пишет по этому поводу: «Мы живем в разгар небывалого роста возможностей делиться, кооперироваться друг с другом и предпринимать коллективные действия, и все это вне рамок традиционных институтов и организаций» [7, с. 56].

Собственно, именно поэтому, «когда говорят об индивидуализации, речь идет не о росте межличностных различий, а о растущем социальном значении индивидуальности или, как это ни парадоксально, об индивидуальности как исторически новой форме обобществления» [8, с. 4].

Децентрализация, исчезновение иерархии ведут к исчезновению и карьерного роста. Работник больше не может мыслить свою карьеру как нечто поступательное, восходящее. Отныне он перемещается только горизонтально. Он реализует себя, пробует в разных ролях. Он меняет компании – они для него просто проекты. Ни деньги, ни титулы, ни слава не имеют значения, теперь на их место пришли знание, контакты, кругозор, видение. Это, в свою очередь, ведет к появлению нового типа работника.

Сегодня эти тенденции только набирают обороты, и реализация некоторых из них может уйти совсем в другое русло, не такое радужное, как описано выше, однако именно изучение этих тенденций, выявление позитивных моментов поможет сосредоточиться на них и двигаться в лучшем направлении.

Человеку присущи слабость, лень, он всегда ищет в жизни какую-то опору – материальные блага, статус, принадлежность (идентификация себя с чем-то или кем-то) или вырабатывает какие-то принципы. Наступающий мир, который вносит все большую неопределенность, уничтожает собственность, заменяя ее услугами (временными вещами, которые не принадлежат человеку – не являются его опорой), все больше подталкивает человека к тому, чтобы тот искал эту опору в себе. Это стимул для человека, чтобы тот начал искать ответы, поддержку не вовне, а внутри. Он освобождается от принуждения, догм, системы и становится свободным для постижения себя, истины.

Однако все это не так просто и поэтому многие ради определенности и идентичности соглашаются на добровольное рабство. Об этом уже не раз писали, стоит вспомнить, например, Эриха Фромма и его работы «Бегство от свободы», «Человек для себя» с его знаменитой формулой «Быть или Иметь?».

Поэтому сегодня многие компании приобретают черты сектантских организаций в том плане, что за счет своего бренда им удается привлечь и по максимуму использовать сотрудников.

Хороший внутренний брендинг приводит к росту количества «адептов», настоящих фанатов. Компании начинают продавать не только свой продукт, но и себя, в связи с чем мы можем видеть огромное количество всевозможной атрибутики крупных международных корпораций. Яркий пример – «Старбакс», где люди во многом работают «ради идеи», потому как условия труда по современным меркам далеко не самые привлекательные. И это пример того, как выше упомянутые тенденции могут пойти в негативном направлении. К сожалению, использование корпоративной культуры, внутреннего бренда для вовлечения в свои ряды новых сотрудников и использования их как наемных работников, по сути, ничего не меняет в формуле «эксплуатация одних другими».

Пирамидальная и сетевая структуры организаций по-разному определяют образ и стиль жизни тех, кто в них вовлечен. Для первой характерно то, что отношения между людьми максимально формальны и строятся на власти и подчинении, свою жизнь человек рассматривает исключительно как линейный поступательный и восходящий процесс, яркий пример – японские компании; для второй – это прежде всего увеличение свободы, а вместе с ней и личной ответственности, отношения между работниками приобретают неформальный характер, который способствует сплочению и объединению усилий для достижения общей цели. Жизнь для человека сетевой структуры является непредсказуемой, меняющейся и не имеет границ. В связи с этим сотрудник традиционной корпорации с пирамидальной структурой и «портфельный», или «проектный», сотрудник организаций с сетевой структурой – это совершенно два разных человека, у которых разные ценности, принципы, образ мышления и стиль жизни.

Между этими структурами и образами жизни идет противостояние, потому как старая пирамидальная структура не хочет уступать свое место. В лице национального государства и церкви как самых иерархических и централизованных организаций она продолжает борьбу за выживание. Это вполне нормально. Любая система, когда на нее пытаются влиять извне, закрывается и противится всему внешнему. Свидетельством этого является рост национализма, который сейчас происходит во многих странах, а также рост обострения религиозных настроений. Однако когда система закрывается, она становится нежизнеспособной, начинает переваривать саму себя и рано или поздно погибает. Тем не менее процесс полного перехода от одной системы к другой может быть очень длительным, мы можем говорить только об определенных тенденциях. Это значит, что долгое время эти структуры будут сосуществовать, не отдавая пальм первенства какой-то одной. Люди, принадлежащие этим двум разным системам, тоже будут постоянно взаимодействовать друг с другом, а их совершенно противоположные взгляды на устройство и организацию жизни и мира могут приводить к серьезным конфликтам и совершенно точно к непониманию.

Таким образом, крайне важным становится изучение того, как формируется образ жизни современного наемного работника. В условиях растущего неравенства необходимо выяснить, как образ жизни работника меняется вследствие перехода к сетевой структуре организации, и описать социальный портрет наемных работников нового типа.

#### **Ссылки:**

1. Fortune 500. 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://fortune.com/fortune500/> (дата обращения: 20.10.2014).
2. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. М., 2013. С. 280.
3. Там же. С. 435.
4. Хэнди Ч. Слоны и блохи: Будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса. М., 2004. С. 113.
5. Там же. С. 101.
6. Там же. С. 68.
7. Мэйнуоринг С. Время действовать. Как сделать мир лучше, используя силу социальных медиа. М., 2013. С. 56.
8. Рождественская Е. Биографический метод в социологии. История, методология и практика. М., 1994. С. 4.

#### **References:**

1. *Fortune 500* 2014, retrieved 20 October 2014, <<http://fortune.com/fortune500/>>.
2. McLuhan, M 2013, *Gutenberg Galaxy: The Rise of the person printing*, Moscow, p. 280.
3. McLuhan, M 2013, *Gutenberg Galaxy: The Rise of the person printing*, Moscow, p. 435.
4. Handy, Ch 2004, *Elephant and the Flea: The Future of large corporations and small businesses*, Moscow, p. 113.
5. Handy, Ch 2004, *Elephant and the Flea: The Future of large corporations and small businesses*, Moscow, p. 101.
6. Handy, Ch 2004, *Elephant and the Flea: The Future of large corporations and small businesses*, Moscow, p. 68.
7. Mayworing, S 2013, *The time to act. How to make the world better, using the power of social media*, Moscow, p. 56.
8. Rozhdestvenskaya, E 1994, *Biographical method in sociology. History, methodology and practice*, Moscow, p. 4.