

Опубликовано 4 октября, 2019 - 11:57

В чём схожи Маск и Стерлигов?



В известных на весь мир компаниях могут уволить человека за плохую «энергетику», алкоголь может быть частью корпоративной культуры, а харизматичные руководители со временем становятся похожи на лидеров культа. Так стартапы превращаются во что-то наподобие религиозного движения. Это создаёт серьёзные проблемы для бизнеса, выяснил Business Insider. «Секрет фирмы» нашёл похожие истории в России.

Почему стартапы сравнивают с культами

Поводом провести такие параллели стали прозвучавшие в СМИ подробности корпоративной культуры в сети коворкингов WeWork. Стартап пытается вершить «офисную» революцию, но сейчас о нём больше говорят в контексте череды скандалов.

WeWork хотела выйти на IPO с оценкой в \$47 млрд, но подешевела в 5 раз после того, как опубликовала провальную финансовую отчётность. Позже из-за слабого интереса со стороны инвесторов и вовсе отменила IPO, а совет директоров вынудил похожего на провидца основателя фирмы Адама Нойманна покинуть пост гендиректора.

Бывший вице-президент WeWork называет проведённые в компании годы странными. Он вспоминает множество духовных бесед с высшим руководством и обязательный «лагерь», в котором он и тысячи других сотрудников спали в палатках.

В 2016 году часть сотрудников уволили, потому что жене Нойманна не понравилась их энергетика. Оставшихся Адам угощал текилой и заказал для них концерт рэп-группы Run-DMC.

Между заявленной миссией WeWork — гармонией и дружелюбием к планете — и повседневным управлением бизнесом — большая разница, признаёт бывший вице-президент компании Ричард Маркель. Он утверждает, что с ним обращались отвратительно и непрофессионально.

Стартапы имеют много общих черт с религиозными культами, говорит социолог и религиовед Лорн Доусон. И там и там в центре внимания вдохновляющие фигуры основателей.

Тот, у кого есть деньги, контакты и сила двигать бизнес вперёд, становится лидером. Последователи хотят участвовать в этом движении. При этом сама фигура лидера становится настолько важной в этом процессе, что ей предписывают определённые силы.

«Культовые» бизнесмены и фирмы в России

Нойманн не единственный известный стартапер, кто столкнулся с серьёзными проблемами после того, как компания выросла и стала публичной. К их числу Business Insider относит Стива Джобса, Элизабет Холмс и Илон Маска. Они и подобные им бизнес-иконы раздвигают границы представлений людей о мире, но в итоге оказывается: Джобс потерял управление над своей же компанией (а также демонстрировал несдержанность, мелочность, жадность и безответственность), Холмс оказалась мошенницей, а Маск не в состоянии воплотить в жизнь большинство своих великих идей.

В России тоже есть компании с незаурядными первыми лицами. В поведении этих руководителей и/или элементах корпоративной культуры их предприятий также проглядывают описанные экспертами Business Insider тенденции.

Сергей Полонский, владелец «Миракс групп» — одной из крупнейших девелоперских компаний России в нулевые. Прославился как чудак и эксцентрик: например, ел галстук в шоу у Сергея Минаева, а также подрался с предпринимателем Александром Лебедевым в эфире НТВ. Полонский также запомнился символическими жестами. В 2008 году он демонстративно разбил перед сотрудниками факс, а незадолго до этого издал официальный приказ «О запрете использования факсимильных аппаратов». Смысл обряда был в том, чтобы показать: компания не будет пользоваться устаревшими технологиями.

Бизнесмен серьёзно осваивал духовные практики и всерьёз пытался сделать из себя «сверхчеловека» — и в какой-то момент убедил себя в том, что он им является. В итоге гордыня его сгубила, уверены его бывшие партнёры.

Проблемы бизнесмена начались в 2008 году. В начале он настроил против себя общественное мнение фразой «У кого нет миллиарда, пусть идут в жопу», а после его подкосил мировой финансовый кризис.

В 2017 году Полонского осудили на 5 лет за хищение 2,6 млрд рублей при строительстве жилья», однако сразу же после этого суд постановил освободить предпринимателя «в связи с истечением срока давности по уголовному делу».

Олег Тиньков, основатель «Группы Тинькофф». Пожалуй, самый харизматичный и провокационный серийный предприниматель в России. В публичных выступлениях не стесняется хвалить свои способности. Однажды даже заявил, что талант делать деньги ему «дан богом».

Тиньков умеет очаровывать публику и «вербовать» последователей. На своих выступлениях он часто поправляет волосы — это не просто жест-паразит. Такое движение заостряет внимание на сексуальности образа и вызывает симпатию у зрителей, объясняет доцент кафедры организационной психологии НИУ ВШЭ Наталья Антонова.

В том числе после таких выступлений в команду к Тинькову приходят сотрудники. Те, кто принимают условия игры, могут рассчитывать на акции его компании и другие бонусы. С теми, кто не соблюдает корпоративные ценности, Тиньков безжалостно расстаётся. А требования у него жёсткие. Например, банкир может уволить разом два десятка сотрудников за неформальное общение в чате.

Также Тиньков прославился неоднозначным подходом к подбору кадров. В 2018 году в открытом доступе появился внутренний документ его банка, предписывающий не брать на работу кавказцев, «ярко выраженных» геев и лесбиянок и слишком верующих людей. В банке признали подлинность бумаги, но заявили, что она не отражает кадровую политику предприятия.

Сергей Галицкий, основатель «Магнита». С середины нулевых компания росла быстрыми темпами и стала одним из лидеров российского ретейла. Но к 2015–2016 году сбавила обороты.

Одна из причин — Сергей Галицкий всё время варился в собственном соку, управлял бизнесом сам и не делегировал полномочия управленцам. Таким образом, компания не получала извне свежих идей и подходов и, как следствие, глобально не менялась. В итоге

она перестала отвечать на вызовы времени. Есть мнение, что в какой-то момент Галицкий потерял чувство рынка.

В результате Галицкий продал «Магнит» и сосредоточился на другом личном проекте — футбольном клубе «Краснодар». Его прощание с коллективом показало, насколько лояльным было к нему окружение. Проводить бизнесмена на улице вышел весь офис. «Многочисленная толпа искренне со словами „спасибо“ аплодировала Галицкому!», описывал это событие РБК.

Корпоративная культура «Магнита» напоминает религиозные обряды. «Во время месячного обучения создаётся впечатление, что попал в форменную секту: достаточно „грамотно“ обрабатывают преподаватели и тренеры», — говорит бывший директор одного из магазинов Кирилл Ханыгин. В 2017 году в сеть попала клятва верности магазину, которую сотрудники «Магнита» должны читать перед работой.

Павел Дуров, создатель «ВКонтакте» и Telegram. Любитель эпатажа и жёстких аргументов в бизнес-спорах (показывал средний палец руководству Mail.ru Group), был и остаётся моральным авторитетом для экс-подчинённых.

В офисе «ВКонтакте» в доме Зингера на Невском проспекте в Петербурге царил «магическая атмосфера», вспоминает бывший пиарщик стартапа Георгий Лобушкин. Внутри не пускали посторонних, в том числе журналистов. Там сидело 15–20 единомышленников, и это была «настоящая секта». «И я был таким сектантом, и меня до сих пор не отпустило. Если бы была возможность вернуться в эту секту, я бы обязательно сделал это», — говорит Лобушкин.

В последние годы Дуров ударился в биохакинг: отказался от глютена, молочных продуктов, яиц и фруктозы.

Герман Стерлигов, один из самых одиозных персонажей в российском бизнесе. Православный крестьянин, монархист и аскет прославился своими магазинами с хлебом за 1600 рублей, в которые запрещено было входить геям и лесбиянкам.

Вокруг Стерлигова сформировался целый «отряд» близких по духу предпринимателей. Они называют себя крестьянами, борются «за мир без электричества» и хотят остановить «колдунов-учёных». Подробнее об отряде Стерлигова читайте в нашем материале.

Почему культ личности вредит компаниям

Это может создать динамику, где лидера прославляют до предела. Что, в свою очередь, имеет психологический эффект: если человек и так был сильной личностью и не обделен эгоизмом, власть и признание делают их ещё более уверенными в себе. И с этим возникает риск для компании. Лорн Доусон объясняет, что при таком положении дел близость к лидеру становится всё более важной. Тогда, даже когда лидер делает странные и неправильные вещи, всегда найдутся его защитники. Между тем способность не соглашаться с авторитетной фигурой — это признак здоровья в группе. Спрос на лояльность и сплочённость, наоборот, делают компанию уязвимой.

При этом лидеры зачастую сами культивируют эту тенденцию, когда развивают в подчинённых чувство принадлежности и ощущение, что каждый делает что-то важное. Так появляются миссии компаний в духе «мы разделяем добродетельные ценности», объясняет руководитель лаборатории социального восприятия и оценки Нью-Йоркского университета Джей Ван Бавел. Например, как миссия Facebook — «дать людям возможность строить общество и сблизать мир». Ещё одна проблема для стартапов связана с масштабированием. Как религиозные движения, они тоже хотят больше новых участников и внимания. Вербовка (или

евангелизация) является ключом к успеху и того и другого.

«По мере того как группа добивается успеха, привлекая последователей или набирая новых сотрудников, основатель должен начать делегировать полномочия», — говорит Доусон, религиозный учёный. Если лидер сопротивляется этому, религия начинает терпеть неудачу — подчинённые более высокого уровня создают конкурентную группу, приводят в неё последователей или привлекают новых. И это будет происходить и в молодых компаниях. «Большинство новых религиозных течений умирают, становясь успешными, по иронии судьбы. Они разваливаются на части в результате расколов и борьбы», — отмечает он.

Другой, возможно, даже более важный вопрос — «сила откровения», говорит Доусон. Мессианский религиозный лидер должен придумывать всё новые видения и послания от божественного. Основателю стартапа же нужны новые проекты или инновации. В обоих случаях лидер становится медиумом. «Когда основатель стартапа перестаёт казаться медиумом, вы начинаете замечать их недостатки, и они теряют свой статус», — говорит Доусон, не скрывая, что имеет в виду Илона Маска.

«Вдохновляющий лидер выдвигает новые идеи, часто совершает „пророчества“, которые проваливаются и ничего не значат, но этого не замечают, потому что все смотрят на свои успехи, — говорит Доусон. — Маск на грани этого. Как религиозный лидер, он потерял благосклонность и больше не в гармонии со скрытыми силами мира».

Часто с сектами сравнивают компании, работающие по модели сетевого маркетинга. В «нормальном» бизнесе сходства с религиозными культурами менее очевидны, но всё же они есть. Особенно когда у руля компании стоит неординарный человек.

Автор

Редакция Секрета

Автор фотографии

hr-tv_ru

Источник

<https://secretmag.ru/stories/kult-s-nimi-kak-biznesmeny-prevrashayut-svoi-kompanii-v-sekty.htm>

Source URL:

<http://vspro.info/article/kult-s-nimi-kak-biznesmeny-prevraschayut-svoi-kompanii-v-sekty>