
СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Д.В. Станис

Кафедра государственного и муниципального управления
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

В статье доказывается, что выполнение социальных функций корпоративного управления ведет к повышению конкурентоспособности корпораций как ядра экономики. Выделяются значимые для современной России корпоративные социальные функции. Подчеркивается, что через институт корпорации формируются не только нравственные основы ведения бизнеса, но и структурирующие взаимоотношения в обществе социальные нормы.

Развитие экономик и их институционального оформления все в большей степени определяется не столько ретротенденциями, прошлым, историей развития систем, сколько будущим, стратегическими моделями активно эволюционирующих, самоорганизующихся структур, каковыми и являются российские корпорации. Корпорации России — это молодые институциональные структуры с высокой адаптивностью и восприимчивостью к новизне, и уже они будут влиять на изменения в остальных институтах общества.

Социальный контекст необычайно важен для формирования институциональной среды российских корпораций. Уровень развития человеческого капитала, социальная стабильность в стране, лояльность населения к предпринимательству, справедливое распределение доходов и множество других не менее важных социальных факторов оказывают огромное влияние на формирование, жизнеспособность и конкурентоспособность крупного бизнеса России.

За рубежом концепция корпоративной социальной ответственности разработана и применяется уже второе десятилетие. В международной экономической литературе существует понятие «корпоративное гражданство» (corporate citizenship), охватывающее вопросы ответственности корпораций перед различными группами (актерами) экономического, политического и социального окружения.

По определению российских ученых, занимающихся данной проблематикой, «*корпоративная социальная ответственность* — это система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях» [7. С. 11].

Для иллюстрации эволюции институциональных основ предпринимательской деятельности можно привести семь принципов ведения дел в России, при-

нятых в 1912 г. [12. С. 107—108] (колонка слева) и двенадцать принципов ведения дел в России, предложенных в 1997 г. (колонка справа):

<ol style="list-style-type: none"> 1) уважай власть; 2) будь честен и правдив; 3) уважай право частной собственности; 4) люби и уважай человека; 5) будь верен своему слову; 6) живи по средствам; 7) будь целеустремлен 	<ol style="list-style-type: none"> 1) прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли; 2) уважай участников общего дела — это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств; 3) воздерживайся от насилия или угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей; 4) всегда веди дело сообразно своим средствам; 5) оправдывай доверие, в нем — основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты хочешь видеть своего лучшего партнера; 6) конкурируй достойно. Не доводи деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер — тот, который тоже выигрывает от сделки; 7) соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти; 8) для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов; 9) твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него непременно общественного признания; 10) при создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе; 11) найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодными всем; 12) проявляй терпимость к представителям других культур. Они не хуже и не лучше нас, они просто другие
---	--

Отметим, что в начале XXI века к принципам ведения дел в России следует добавить следующие положения: развитие способности управлять своей собственностью, постоянно модернизировать производство и вкладывать средства в человеческий капитал, что и создает основу конкурентоспособности бизнеса. Действительно, корпоративное управление в практическом смысле — это:

- управление компанией менеджерами в интересах акционеров;
- механизмы и инструменты, с помощью которых внешним инвесторам гарантируется доход на их инвестиции;
- защита интересов участников корпоративных отношений (stakeholders).

Однако корпоративное управление связано не только с регулированием внутрифирменных отношений собственности акционеров и роли менеджеров

(изучаемые в микроэкономической теории и менеджменте). Оно высвечивает метапроцессы — институциональную среду, формы взаимоотношений экономических субъектов в современном общественно-социальном устройстве, в соответствии с реализуемой социально-экономической моделью общества. Корпоративные структуры в таком ракурсе можно понимать как особые институциональные структуры.

В условиях недостаточно сформированной рыночной экономики России необходимо пройти путь в изучении корпоративного управления от конкретного к абстрактному, от конкретных реалий к метавосприятию пласта проблем, связанных с управлением корпоративным поведением. Метамодель корпоративного управления предполагает возможность осмысления всей системы корпоративного поведения и, как результат, разработки более совершенной по сути модели корпоративного поведения, которая будет отвечать условиям новой информационно-глобальной экономики.

Известно, что современная теория менеджмента подходит к изучению компании как живого существа, чье поведение зависит от способности к обучению. Большинство крупных компаний мира не доживают до 50 лет — это результат их неспособности учиться. По мнению П. Сенге [10], разработавшего концепцию обучающейся организации, такие корпорации не адаптируются и не развиваются по мере того, как мир вокруг них меняется.

Выдвигаемая гипотеза отражает не только экономические, но и психологические, социальные и антропологические аспекты жизни компании. Все они дополняют друг друга. «Если корпоративное здоровье ухудшается, то следует мобилизовать человеческий потенциал, восстановить или сохранить доверие и гражданское поведение, повысить профессионализм и укрепить гражданское чувство» [3. С. 216].

Также в менеджменте дается понятие организации как *целевой общности*, в которой достижение индивидуальных целей осуществляется через выдвигание и достижение общих целей [9. С. 22].

Начиная с 1970-х годов в развитых странах быстро развивается такое направление прикладных исследований, как корпоративная культура, позволяющая корпорации самоидентифицироваться. «Набор обязательных сведений инструментального характера (в частности, владение технологическими и управленческими регламентами) в концепции корпоративной культуры дополняется набором корпоративных ценностей, которые призваны снизить риски оппортунистического поведения агентов и издержки координации. Особенно важное значение политика, направленная на формирование единой корпоративной культуры, приобрела в гигантских транснациональных компаниях (таких, как IBM, Microsoft, British Petroleum и др.)» [8. С. 73].

Инструментом содействия корпоративной идентичности служит так называемый «комплекс идентичности» (Identities-mix), который включает в себя следующее:

— социально-экономическую деятельность корпорации, регламентируемую кодексом корпоративного поведения. Все способы поведения корпорации

(следовательно, и ее элементов) вытекают из внутренних и внешних групп обязательств, подлежащих рассмотрению. К ним, например, относится, поведение в области политики управления персоналом, экономики и экологии, поведение по отношению к внешней среде и по соблюдению требований рынков снабжения, сбыта, капитала и труда;

— фирменный знак — логотип, определенный образ, имеющий историю-легенду и связанный с миссией корпорации;

— коммуникации: внешние — PR, реклама и т.д., внутренние — сообщения для персонала, партнеров, производственные собрания и т.п.

Ключевым фактором модели экономического поведения в классической экономической теории считается рациональная максимизация собственной выгоды. Это допущение используется в экономических теориях и на практике, от расчетов поведения индивида до рецептов экономической политики. Иррациональное поведение субъекта экономических отношений принято считать аномальным, тогда как для психологов рациональное поведение, расчет — это только один из моментов принятия решения, поскольку на него влияют различные психологические стереотипы, привычки, эмоции.

В управленческой экономической теории выделяют три совершенно разные модели корпоративного управления, каждая из которых имеет внешние особенности, опирается на собственную внутреннюю логику и базовые постулаты. Формирование моделей, которые представляют комбинацию деловой практики, правового обеспечения и норм корпоративной этики и культуры, происходило в течение всего XX века, а их развитие не прекращается и по сей день. В Великобритании, США, Канаде, Австралии доминирует *англосаксонская модель*, которая базируется на принципе жесткого разграничения собственности и управления и развитом институте прав собственности. В этой модели собственник является единственным обладателем прав на компанию. Участники корпоративных отношений в этих странах сведены к «узкому кругу» — собственникам, менеджерам и совету директоров. Вмешательство государства в дела компаний весьма ограничено.

Исторически сложилось, что английские и американские компании привлекают инвестиционный капитал на фондовом рынке, после кризиса 1930-х годов в законодательстве этих стран применяются нормы, прямо запрещающие коммерческим банкам заниматься инвестиционной деятельностью и ограничивающие возможность финансовых институтов владеть крупными пакетами акций компаний. В таких условиях финансовые институты превращаются в «портфельных инвесторов», не обладающих достаточными возможностями для вмешательства в текущее положение дел в компании. Такие инвесторы «голосуют ногами», то есть продают пакет при малейших подозрениях на возможные будущие проблемы. «Распыленный инвестор», не обладающий возможностью контролировать дела в компании, крайне чувствителен к доступности информации, ко всяким внешним проявлениям неблагополучия, он вложит деньги в акции только той компании, которая докажет свое дружественное расположение к нему.

Становится очевидно, что для компаний крайне важными являются внешние атрибуты хорошего корпоративного управления: открытость информации, совет директоров, отстаивающий интересы акционеров и имеющий преимущественно независимый состав, и т.д. Казалось бы, менеджмент может скрыть от собственников реальное положение дел, однако есть одно «но»: немаловажную роль в существовании англо-американской модели играет институт прецедентного права. Более того, прецедентное право является необходимым условием для ее существования. Оно позволяет обществу сформировать понимание обязанностей менеджмента по отношению к акционерам — собственникам. Общество, накапливая историю прецедентов, формирует таким образом «полный контракт».

Прозрачность корпорации создает ей хорошую репутацию и, таким образом, вызывает к ней доверие со стороны остальных агентов рынка, социума и государства. «Репутация, то есть доверие, является активом и представляет собой иной способ выражения того, что надежная информация о будущих результатах является и требующим затрат и ценным благом». Например, «договоры продажи содержат гарантии (warranties), поручительства (guaranties), обеспечение (collateral), возможности возврата, а также пункты о штрафах за неисполнение в натуральной форме» [1. С. 283].

Институционалисты не стали заострять внимание на изучении «личных интересов» субъектов экономических отношений, а стали подчеркивать общественные мотивы в поведении людей, критикуя концепции автоматического регулирования рыночной экономики. Рынок, согласно их воззрениям, не является неким нейтральным механизмом распределения ресурсов, это тоже социальный институт, претерпевающий глубокие изменения в ходе эволюции капитализма вместе со всей его институциональной системой.

Страны, в которых действует англо-американская модель, являются наиболее активными игроками на международных рынках капитала и стараются экспортировать свою модель как наиболее для них доступную и понятную всюду, куда направляют инвестиции.

Континентальная европейская модель, напротив, ограничивает в правах собственников компании, ставя общественные и государственные интересы выше интересов собственников, вовлекает в корпоративные отношения различные группы стейкхолдеров, например, банки, кредиторов, трудовые коллективы, профсоюзы и общественные организации. Не обладая гибкостью прецедентной системы, европейская модель осуществляет контроль за компаниями посредством строгой финансовой отчетности перед кредитными институтами, путем государственного вмешательства, а также вовлечения различных групп стейкхолдеров в структуру управления компаниями.

В Европе не произошло разделения инвестиционных и коммерческих банков, сами банки не ограничены в праве собирать контрольные пакеты акций компаний, становясь практически полноправными ее владельцами и основным инвестиционным источником. Это не значит, что фондовый рынок полностью утрачивает роль источника инвестиционных денег, однако его оборот существенно

ниже, чем в англо-американской системе. Если в последней менеджер ответствен перед собственником, то в европейской его ответственность проистекает из самой сути компании, становится воплощением общественной модели компании как организации грамотно управляемой, учитывающей интересы общества.

Европа, особенно Германия, традиционно придерживается двухпалатной системы организации совета директоров, что практически полностью соответствует формальной структуре совета директоров согласно российскому Закону об акционерных обществах. Однако верхняя палата — наблюдательный совет, не включающий в себя представителей менеджмента, — в обязательном порядке состоит из «заинтересованных кругов», причем трудовой коллектив (не менеджеры) должен занимать в нем доминирующее положение.

Японская модель, сформировавшаяся под влиянием первых двух, заимствовавшая некоторые управленческие принципы у советской плановой экономики и учитывающая национальный колорит, предусматривает взаимное проникновение капитала и ориентацию компаний прежде всего на общие корпоративные и государственные интересы. При этом менеджеры компаний полностью их контролируют, являясь практически единственными участниками однопалатного совета директоров.

Каждая модель корпоративного управления определяет путь устранения социальных и внутрикорпоративных противоречий в соответствии с основополагающими принципами и содержит в себе механизмы контроля над корпорациями и общего управления корпоративными отношениями со стороны общества.

В наследство от старой советской административно-командной системы России достались мощный оборонный комплекс, тяжелая военизированная промышленность, слабо развитые легкая промышленность, сфера услуг и аграрный сектор. Но одним из основных достояний советской экономики был так называемый «*homo soveticus*» — с одной стороны, человек, воодушевленный идеей строительства нового общества, любознательный, творческий, с другой — человек, отчужденный от собственности, изолированный от внешнего мира, непредприимчивый. Таким образом, массовая экономическая безграмотность, «уравниловка», царившие к началу перестройки в российском обществе, сильно тормозили нормальное функционирование рыночных институтов и до сих пор отрицательно сказываются на нем.

В современной России роль предпринимателя, собственника и менеджера часто смешиваются. «Частые переделы собственности, смены владельцев порождают безответственное отношение к природным ресурсам, другим материальным ценностям, стремление использовать то, что есть, в максимально сжатые сроки, а главное, не думать о завтрашнем дне» [2. С. 112].

Российская правовая система по основным характеристикам соответствует системе европейского (кодифицированного) права. Структура совета директоров в российских корпорациях практически полностью (формально) повторяет аналогичную структуру в европейских странах. Можно было бы воспользоваться опытом европейских стран, но этому препятствует слабая банковская систе-

ма, которая пока не в состоянии предложить компаниям достаточные инвестиционные средства и тем более не обладает возможностью справиться с задачей главного контролера. Кроме того, российские менеджеры мало социально мотивированы, для большинства из них государственный интерес ограничивается уплатой налогов, а управляемые компании они считают фактически своей собственностью.

Также следует учесть, что основным источником зарубежного инвестиционного капитала для российских компаний являются страны с англо-американской системой корпоративных отношений. Общество и бизнес испытывают сильное давление с их стороны в части внедрения именно англо-американской практики. Кодекс корпоративного поведения (1), широко внедряемый в практику корпоративного управления с 2001 года, имеет существенно больше сходства с аналогичными документами американского происхождения, чем с европейскими.

Наряду со множеством социальных функций корпоративного управления следует особо отметить воспитательную функцию института корпорации.

В свое время Э. Дюркгейм [5. С. 7—9] подчеркивал, что беспорядок и аномия в обществе противоречат цели его существования. Над всеми физическими и экономическими правами сильнейшего стоит высший закон (закрепленные обществом порядок, нормы, законы, сформировавшиеся в процессе эволюции), отвергающий неприемлемое в обществе поведение, и представляющий собой выгодную для выживания социума структуру с ее функциями. При этом уголовное право более древнее и четкое, а законы, связанные с экономической и профессиональной этикой, неопределенны, подвижны. Люди от природы не склонны стеснять и принуждать себя, поэтому нужно воспитание и формирование нравственных привычек. Однако если люди большую часть времени находятся на работе (а сейчас это особенно актуально), а работа связана с экономической деятельностью, которая «весьма слабо отмечена печатью нравственности», и занимает почти все время, то откуда взяться нравственной привычке? Она может формироваться только через коллективное мнение, как результат коллективной работы. Единственной группой, которая может выработать коллективное мнение (образец, норму поведения), является профессиональная группа, то есть корпорация. Именно через корпорации появляются нравственно-этические нормы, законы поведения, которые не прописываются законодательством.

Для успешной реализации идеологии корпоративной социальной ответственности крупным компаниям жизненно необходимо сотрудничество с государством и обществом. Государство может выступать в качестве независимого верховного арбитра, устанавливающего и регулирующего правила экономической игры, гарантирующего социальную и политическую стабильность. Идея такого рода сотрудничества недавно переросла в Концепцию партнерства государственного и частного секторов (ГЧП), которая предполагает развитие любых договорных отношений между государством и бизнесом, регулирующих их сотрудничество с целью оказания общественных услуг, создания или модернизации общественной инфраструктуры, например, по принципам сети [11]. Постиндустриальная цивилизация даже в зародышевом состоянии расширяет гра-

ницы экономического пространства за счет кристаллизации особого типа связей — сетевых (сотовых), отличных от вертикальных (иерархичных) и горизонтальных (рыночных). В пространство транснациональных корпораций все чаще включаются малые и средние фирмы в условиях субконтракта, франчайзинга, аутсорсинга [4. С. 63].

Некоторые сетевые принципы выделил американский экономист К. Келли [6. С. 108—115]. Главное — не компьютер и его характеристики, а коммуникации. Сеть обладает немой мощью. Сеть — коллективное взаимодействие, а не только передача информации. Чем больше связей, тем лучше. Успех не линеен. Закон переломных точек, то есть перерастание местного заболевания в эпидемию. Ошибочный путь лучше, чем неподвижность. Лучшее дешевле, надо предвидеть дешевицу. При движении к вершине неизбежны спуски. Судьба организации зависит от соседей, друзей, соперников, ближайшего окружения. Информация важнее вещи. Ищите нестабильное равновесие! Новый критерий эффективности: не больше благ, а прекращение бессмысленных затрат времени. Не решайте проблемы, а ищите новые возможности. Важны не вложения в ваши слабости, а инвестиции в сеть. Сеть активизирует достоинство идей.

В заключение отметим, что среди принятых в международных научных и бизнес сообществах и требующих дальнейшего изучения социальных функций корпоративного управления, на наш взгляд, следует выделить значимые для условий современной России функции как: коммуникативная (коммуникация больше чем информация); обучающая; воспитательная (не просто обучающие организации но и воспитывающие); идентифицирующая (усиление комплекса самоидентичности, что способствует социальной стрессоустойчивости человека). Приоритетным направлением развития как государственного, так и корпоративного управления в социальной сфере следует считать дальнейшее стимулирование образования, здравоохранения, спорта, инфраструктуры, экологии т.е. сохранение и развитие человеческого потенциала России.

ПРИМЕЧАНИЕ

- (1) В нашей стране проект *кодекса корпоративного поведения (управления)* (ККП) разрабатывался под эгидой Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг (ФКЦБ) консорциумом экспертов, возглавляемых международной юридической фирмой «Кудер Бразерс». В сентябре 2001 года проект ККП, рекомендованный Координационным советом при ФКЦБ, был опубликован в сети и в настоящее время доступен, например, на сайте Российского института директоров: www.rid.ru.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Алчиан А.А., Демсец Г.* Производство, стоимость информации и экономическая организация // Вехи экономической мысли. Т. 5. Теория отраслевых рынков / Под ред. А.Г. Слуцкого. — СПб.: Эк. шк., 2003.
- [2] *Брагина Е.* Менеджер: работа в условиях риска // МЭиМО. — 2005. — № 7.
- [3] *Гиус А.* Живая компания: рост, научение и долгожительство в деловой среде.— СПб.: Стокгольмская школа экономики в СПб., 2004.

- [4] *Гнатко В.С., Пефтиев В.И.* Корпорации в трансформирующемся мире: концептуальные поиски. — СПб. — Ярославль, 2005.
- [5] *Дюркгейм Э.* О разделении общественного труда. Метод социологии / Пер. с франц. и послесловие А.Б. Гофмана. — М.: Наука, 1990.
- [6] *Келли К.* Новые правила для новой экономики. 12 принципов преуспевания в бурно меняющемся мире // Проблемы новой политической экономии. — 2003.— № 1—2.
- [7] *Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф.* Корпоративная социальная ответственность. — М.: Дашков и К°, 2007.
- [8] *Кузьминов Я., Бендукидзе К., Юдкевич М.* Как наука о рынках становится наукой об обществе // Вопросы экономики. — 2005. — № 12.
- [9] *Пригожин А.И.* Методы развития организаций. — М.: МЦФЭР, 2003.
- [10] *Сенге П.* Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации. — М.: Олимп-Бизнес, 1999.
- [11] *Сильвестров С.* Партнерство государства и частного сектора // Экономика России XXI век. — 2004. — № 18.
- [12] *Шихирев П.Н.* Этика, законы и социальная ответственность в маркетинге // Маркетинг. — М.: ДеНово, 2001.

SOCIAL FUNCTIONS OF CORPORATE GOVERNANCE IN MODERN RUSSIA

D.V. Stanis

Public Administration Chair
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 10a, Moscow, Russia, 117198

The article demonstrates that realization of social functions in corporate governance increases the corporate competitiveness as the basis to economy development. It marks out several important social functions of modern Russian corporations. It's stressed that institution of corporation regulates not only moral basis of business ethics but also influences behavior norms that structure interactions in society.