

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА К ТРАКТОВКЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ТНК

Ц. Сюй, аспирант

Научный руководитель – С.Ю. Солодовников, д.э.н., профессор

Белорусский национальный технический университет

Трансформация теории корпоративного управления ТНК происходила под воздействием развития теории и практики международных экономических отношений. Зарождение корпоративного управления связывают с развитием крупного индустриального производства в рамках капиталистических отношений, требующего аккумулирования производственных и финансовых ресурсов и соответствующей организационно-правовой формы предприятия, которой стала акционерное общество. По мере развития теории и практики корпоративного управления акцент в трактовке смещался с собственников к менеджерам, с менеджеров к акционерам, и наконец с акционеров к широкому кругу «заинтересованных» лиц (государству, местному сообществу, работникам, контрагентам).

Зарождение социально-ориентированного подхода к трактовке корпоративного управления ТНК происходит в ответ на растущее неприятие населением и наемными работниками социального неравенства, порождаемого ориентацией ТНК на максимизацию прибыли, усиливающееся недовольство общества экологическим равнодушием многих ТНК на фоне усугубления экологических проблем, усиление идейно-политических противников неолиберальной экономики. Данный подход объединяет множество концепций: корпоративной социальной ответственности, корпоративного социального капитала, «компании участия» (stakeholders company) и др.

В 1970-х гг. банкротство корпораций, упадок американской промышленности и разрушительные корпоративные процессы способствовали росту общественного недовольства деятельностью крупных корпораций. Социальные защитники призвали к большей корпоративной ответственности перед обществом, в то время как сторонники акционеров призвали к большему контролю и подотчетности перед акционерами.

В англоязычной литературе теория социального капитала в корпоративном менеджменте получила распространение в связи со становлением восточных транснациональных корпораций; в то время как в научной литературе Китая и иных стран Восточной Азии подход, в соответствии с которым социальный капитал рассматривается как источник конкурентных преимуществ для фирмы, доминировал уже несколько столетий [1]. В азиатских коммерческих организациях преобладают семейные структуры принятия решений, расширенные деловые сети и взаимозависимые конгломераты (формальные и неформальные взаимоотношения) [2], что отличает их от транснациональных корпораций западного типа.

В качестве преимуществ с точки зрения корпоративного управления, которые обеспечивает социальный капитал, принято выделять: обмен ресурсами между подразделениями и фирмами, создание интеллектуального капитала, межфирменное обучение, отношения с поставщиками, инновации и предпринимательская активность [3]. К негативным сторонам влияния социального капитала на корпоративное управление традиционно относят: предопределённость путей развития фирмы сформировавшимися связями (границы социального капитала), зависимость, самоусиление социального капитал, высокое влияние политики [4; 5], угроза «морального риска» и «взятничества» [6].

Следует отметить, что разделение последствий социального капитала для корпоративного управления на «положительные» и «негативные» как правило осуществляется исходя из постулатов либерально-рыночной экономической модели. В то же время высокая степень политизированности корпоративного управления, основанного на социальном капитале, стала источником уникальных конкурентных преимуществ для китайских многонациональных корпораций.

С середины 90-х гг. XX в. оживленная дискуссия развилась вокруг концепции «компании участия» (stakeholders company). Базируясь на достижениях более ранних концепций «социальной ответственности бизнеса», «человеческих отношений», «участия в управлении и прибылях», «социального партнерства», данная концепция предлагает новый взгляд на внутрифирменные отношения и отношения корпорации с обществом. Концепция «компании участия» отличается расширенным кругом субъектов, включенных в процесс управления корпорацией. «Лица и организации, обеспечивающие нормальное функционирование корпорации – собственники-акционеры (включая банки и других институциональных инвесторов), менеджеры, наемные рабочие и служащие, местные власти и сообщества (communities), поставщики, потребители – не просто поддерживают те или иные отношения и связи между собой, но представляют собой спаянное общим интересом образование. Каждый из них помимо выполнения отведенной ему роли участвует в решении общих задач – управлении, распределении прибыли, устройстве социально-бытовых проблем, возникающих как внутри самой корпорации, так и на ее "периферии". Т.е. прежде всего у местного сообщества» [7, с. 42]. «Компания участников» противопоставляется традиционной «компании собственников» (shareholders company), управление в которой полностью принадлежит акционерам и высшим менеджерам.

«Вполне естественно, что концепция "компании участия", <...> встретила самое решительное несогласие значительной части политических и научных кругов, не говоря уже о кругах самого большого бизнеса. Вслед за опубликованием работ, содержащих изложение их принципов и аргументов, в печати стран Запада, и в первую очередь британской печати, где эти проблемы вызвали особенно оживленную дискуссию, появился ряд публикаций, резко критикующих данную концепцию как ошибочную, способную в случае попыток ее практического применения лишь ослабить экономику и подорвать способность корпораций и фирм успешно конкурировать на европейском и международных рынках» [7, с. 44]. Например, в книге «Markets, Not Stakes: The Triumph of Capitalism and the Stakeholder Fallacy» П. Минфорд подробно разбирает и критикует концепцию «компании участия».

Таким образом, при социально-ориентированном подходе в изучении корпоративного управления нашли отражения проблемы участия в этом процессе не только собственников капитала (акционеров) и профессиональных менеджеров, но и иных заинтересованных сторон. С учетом огромного влияния транснациональных корпораций на потребительские рынки и рынки труда, такой подход представляется обоснованным. К значительным достижениям представителей данного подхода также следует отнести признание социального капитала как источника конкурентного преимущества многонациональной корпорации, в том числе формируемого на основании национальных культурных особенностей. Если практическое применение концепций корпоративной ответственности или концепции «компании участия» современными транснациональными корпорациями может быть поставлено под сомнение, то бесспорно, что декларирование приверженности социально-ориентированным принципам зачастую используется ими как способ повышения лояльности со стороны конечных потребителей, работников и местных сообществ страны пребывания. Именно социально-ориентированный подход представляется наиболее перспективным для выработки определения понятия «корпоративного управления» с точки зрения отражения экономической сущности данного феномена и возможности учета национальных и институциональных особенностей.

Список использованных источников

1. Wee C.H., L.L. Lan. The 36 Strategies of the Chinese. – Singapore: Addison-Wesley, 1998.
2. Peng M.W., Y. Lu, O. Shenkar, D.Y.L. Wang. Treasures in the China House: A Review of Management and Organizational Research on Greater China // Journal of Business Research. – 2001. – № 52. – p. 95–110.
3. Adler P. S., S.-W. Kwon. Social Capital: Prospects for a New Concept // Academy of Management Review. – 2002. – № 27. – p. 17–40.

4. Locke E. A. Some Reservations About Social Capital // *Academy of Management Review*. – 1999. – № 24. – p. 8–11.
5. Talmud I. Corporate Social Capital and Liability: A Conditional Approach to Three Consequences of Corporate Social Structure // In R. Leenders and S.M. Gabbay (eds.), *Corporate Social Capital and Liability*. Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers. – 1999. – p. 106–117.
6. Adler P.S., Kwon S.-W. Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly // In E.L. Lesser (ed.), *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications*. Boston, MA: Butterworth Heinemann. – 2000.
7. Перегудов С. П. Корпорации. Общество. Государство. – М.: Наука, 2003. – 350 с.