

УДК 338.2

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

© 2013 А.Р. Рахматуллина*

Ключевые слова: корпоративное управление, инновации, инновационные активы, механизмы корпоративного управления, корпоративный контроль.

Уточнено определение корпоративного управления, выявлены основные факторы формирования спроса на корпоративное управление, в частности такой фактор, как грамотное управление инновационными активами.

В настоящее время не существует единого определения понятия “корпоративное управление”, которое могло бы применяться ко всем ситуациям во всех странах. Предлагаемые определения зависят от позиции учреждения или автора, а также от страны, ее правовых норм и практики. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), опубликовавшая в 1999 г. “Принципы корпоративного управления”, определяет корпоративное управление как “внутренние механизмы, с помощью которых осуществляется руководство компаниями и контроль за ними”, что подразумевает систему взаимоотношений между правлением компании, ее советом директоров, акционерами и другими заинтересованными лицами.

Корпоративное управление (КУ) представляет собой структуру, используемую для определения целей компании и средств для достижения этих целей, а также осуществления контроля за этим процессом¹. В узкой трактовке корпоративное управление - это система правоотношений между акционерами компании и ее менеджментом, опосредованная взаимодействием через совет директоров. В широкой трактовке круг субъектов этих правоотношений расширяется за счет включения в него всех финансово заинтересованных в успешной работе компании сторон (в том числе кредиторов, работников компании, органов государственной власти и пр.).

Механизмы КУ - это инструменты корпоративного контроля. В различных правовых системах корпоративный контроль трактуется по-разному. В континентальном праве контроль рассматривается как надзор, проверка

деятельности определенных лиц. В общем праве контроль понимают как господство над корпорацией. Наибольшее распространение получила доктрина общего права, согласно которой корпоративный контроль понимают как результат распределения сил, возможностей, позиций, власти среди субъектов корпоративных отношений. Контроль не исчерпывается только долей участия акций в руках одного или группы акционеров или участников. Контролировать деятельность корпорации - значит иметь возможность определять ее политику, стратегию, выбор долгосрочных целей.

Анализируя реальный бизнес, развитие законодательно-нормативной базы и деятельность инвесторов в различных странах, можно выделить ряд основных факторов, которые стимулируют процесс становления систем КУ в компаниях. Важнейший фактор, обуславливающий формирование спроса на создание развернутых систем, регулирующих отношения между различными группами участников управления корпорациями, заключается в том, что быстрорастущим компаниям невозможно сохранять те модели и принципы отношений, которые существуют в компаниях небольшого масштаба. То есть тот самый кризис автономии и последующий этап делегирования по жизненному циклу организации по Л. Грейнеру. Важнейшим фактором, работающим в пользу повышения спроса на КУ, является значительное расширение деятельности портфельных инвесторов и их стремление повысить степень защищенности своих вложений.

Активную роль в процессе разработки и внедрения более развернутых и жестких норм

* Рахматуллина Альбина Рустамовна, преподаватель Самарского государственного экономического университета. E-mail: vestnik_sgeu@mail.ru.

и стандартов корпоративного управления играют органы государственного регулирования. Так, в 2002 г. в США был принят закон Сарбейнса-Оксли, согласно которому компании, торгующие акциями на американских биржах, должны соблюдать ряд требований, касающихся их практики КУ. В России процесс перевода части принципов и механизмов так называемой “передовой практики корпоративного управления” (corporate governance best practices) в законодательно-нормативные требования стал активно развиваться с 2000 г. Федеральная служба по финансовым рынкам приняла ряд нормативных актов, касающихся практики КУ российских акционерных обществ, в особенности тех, акции которых котируются на фондовом рынке.

Тенденция развития ведущих мировых стран за последние десятилетия все нагляднее демонстрирует огромное влияние научно-технического процесса на экономический рост и повышение благосостояния населения. Ведь ключевым фактором улучшения качества продукции и услуг, роста производительности труда, экономии трудовых и материальных затрат, совершенствования организации производства и повышения его эффективности выступают достижения в области науки и техники. Все это, в конечном счете, определяет конкурентоспособность как предприятий, так и продукции на внутреннем и внешнем рынках.

Но для того, чтобы компания могла вести активную инновационную деятельность, нужны инвестиции. Маленькие компании могут лишь сгенерировать идеи, но для воплощения в жизнь необходимы разного рода ресурсы. В большинстве случаев лишь у корпораций есть на это возможность. А следовательно, данной инновационной идее, проекту или малому бизнесу целиком необходимо выбрать дальнейший вариант развития событий: либо создавать корпорацию, либо “продаваться”. Можно сделать вывод, что еще одним важнейшим фактором, повышающим спрос на КУ, является грамотное управление инновационными активами предприятия. Исследование проблемы сущности инновационной деятельности необходимо начать с раскрытия понятия “инновация”, поскольку существует много трактовок, различных подходов к исследованию данного вопроса.

В начале XX в. австрийский ученый Й. Шумпетер ввел понятие инновации, ныне его подход считается классическим. Он трактовал понятие “инновации” как технологически новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности.

Й. Шумпетер ввел в научный оборот понятие “осуществление 11 новых комбинаций” и сформулировал еще в 1911 г. пять типичных изменений: создание нового товара, дополненного новым качеством; применение нового метода производства; выход на новый рынок сбыта; использование нового источника сырья; реорганизация².

Л. Водачек и О. Водачкова инновацией считают “целевое изменение в функционировании предприятия как системы”³. Недостаток этих определений состоит в том, что они приравнивают инновации, во-первых, к результатам их практического использования в воспроизводственном процессе, а во-вторых, к самим инновационным процессам.

Очень распространенным в литературе является определение инновации как “процесса внедрения новых продуктов, услуг и производственных процессов”⁴. В. Кингстона считает, что инновация - “это процесс преобразования новой идеи или изобретения в социально значимую продукцию, обладающую принципиально новыми технико-экономическими показателями, или преобразование идей в конкретные предметы”⁵. По мнению Б. Санто, инновация - это такой общественный, технический, экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если она ориентируется на экономическую выгоду, прибыль.

Думается, основной недостаток подобного подхода заключается в том, что под инновациями понимают только процесс освоения новой продукции или технологии, не учитывая социально-экономические изменения.

Р.А. Фатхутдинов разграничивает понятия “новшество” и “инновация”. Новшество он понимает как результат фундаментальных прикладных исследований и разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повешению ее эффектив-

ности, а инновации - как конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, научно-технического или другого вида эффекта⁶.

Данная интерпретация инновации как процесса обращает нас к результативности инновационной деятельности только как наличия инновационных процессов на промышленном предприятии, т.е. отождествляются процесс и результат.

П. Дракер выделяет семь источников инновационных возможностей. Первые четыре находятся на самом предприятии, а оставшиеся включают в себя изменения вне предприятия и отрасли. Этими источниками являются:

- ◆ неожиданный успех, неудача или какое-либо внешнее событие;
- ◆ несоответствие между объективной действительностью и ранее спрогнозированным ходом событий;
- ◆ потребности потребителя;
- ◆ негативные изменения в структуре отрасли или рынка;
- ◆ демографические изменения;
- ◆ изменения в восприятии действительности;
- ◆ новое знание, как научное, так и ненаучное.

Некоторые авторы рассматривают инновацию как “новое приложение научных и технических знаний, приводящее к успеху на рынке”⁷. Сторонником данного подхода является, например, Б. Твисс, полагающий, что инновация есть “процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание”⁸. Некоторые из экономистов под инновацией понимают “прибыльное (рентабельное) использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного или иного характера”⁹. Однако, согласно этому подходу, не учитывается, что нововведение должно удовлетворять определенную общественную потребность. Таким образом, определяя понятие инновации, следует учитывать то, что, с одной стороны, она удовлетворяет общественную потребность, а с другой стороны, она является средством, при использовании которого появляется оп-

ределенный экономический эффект. В данной связи можно сделать вывод, что инновация - это новшество (продукт, услуга, технология), которое внедряется с определенной конкретной целью - получение предприятием экономического эффекта, и которое удовлетворяет определенную потребность общества.

Теперь перейдем к раскрытию термина “инновационный актив”. Доходообразующее имущество, контроль над которым организация получила в результате ведения своей деятельности путем размещения привлеченных финансовых ресурсов, определяется как ее активы. Следовательно, под инновационными активами понимаются объекты имущества, контроль над которыми организация получила в результате ведения своей деятельности путем размещения привлеченных финансовых ресурсов для создания, приобретения или аренды объектов имущества, использование которых дает возможность получить определенный экономический эффект путем реализации скрытого инновационного потенциала, т.е. объекты, которые несут в себе инновационную составляющую и ориентируют стратегию предприятия на переход к новому кластеру инноваций.

Понятие кластера инноваций было введено также Й. Шумпетером - это совокупность (пакет) базисных инноваций, реализуемых в планируемый период. Развитые страны мира придерживаются стратегии промышленного развития, которая ориентирована на сохранение передовых позиций в мировом экономическом пространстве путем создания и использования базисных инноваций. Придерживаясь этой стратегии, корпорации обладают значительными конкурентными преимуществами и могут “снимать сливки” - монопольную прибыль от продажи уникального продукта, а также обладать преимуществом во времени для создания опережающей инновации, внедрения собственного кластера усовершенствующих инноваций. Необходимость акцентирования внимания на инновационной составляющей промышленного предприятия состоит в том, что сегодня мы живем в высокотехнологичном, быстро меняющемся мире, и компании соревнуются между собой в скорости, качестве и инновационности.

Проанализировав промышленные предприятия, которые успешно ведут инноваци-

онную деятельность, можно сказать, что основным локомотивом, активно внедряющим инновационную составляющую на предприятии, является руководство. Как бы успешно ни функционировало на рынке предприятие, но если его руководство не ориентируется на освоение новых технологий для производства новых видов продукции или более высокого качества, на освоение новых рынков сбыта, на создание дополнительной потребительской ценности продукта, оно через какое-то время рискует стать неконкурентоспособным. В таких условиях ни одно предприятие не сможет сколько-нибудь долго существовать, не внося заметных усовершенствований в свою работу¹⁰. Другими словами, на предприятии руководитель должен быть новатором, умеющим замотивировать весь персонал на инновационный путь развития, выделяя на это необходимые ресурсы. Такими новаторами были Билл Гейтс из компании Microsoft, Акио Морито из Sony, Джека Уэлча из General Electric, их желание быть первыми, их стремление к инновациям, их стратегии и инновационная политика привели компании на мировой пьедестал¹¹. В связи с этим инновационная деятельность становится главным условием выживания предприятия в условиях рынка, на основании чего можно утверждать, что она занимает значительное место в развитии промышленного предприятия.

Целенаправленное осуществление инновационной деятельности дает предприятию существенные преимущества по сравнению с конкурентами и увеличивает, в конечном счете, прибыльность его деятельности. За счет обеспечиваемой корпоративными системами управления управленческой реализации вариантов модернизации создаются предпосылки для максимально полного использования базисных инноваций за счет создания, приобретения или аренды инновационных активов на основе формирования соответствующей системы управления предприятием.

В данной связи необходимо уделить внимание особенностям моделей управления активами предприятий в промышленности России при их интеграции в мировую экономику. КУ качественного уровня позволяет компании получить премию при размещении своих акций, а также привлечь на более благоприятных условиях другие виды инвестиций.

Существует тенденция к повышению веса нематериальных компонентов в общей стоимости компаний, частью которых является и система КУ. Проанализировав рынок, можно выделить ряд рекомендаций по улучшению КУ российских компаний. Рекомендуется:

- ♦ отслеживать новости в области разработки стандартов КУ и корпоративной отчетности;

- ♦ самим компаниям участвовать в разработке таких стандартов и форм отчетности, т.е. активно вовлекать все заинтересованные стороны (особенно инвесторов и представителей бизнеса) в процесс обсуждения нормотворческих инициатив, с тем чтобы российское корпоративное законодательство и стандарты КУ развивались с учетом уже сложившихся условий, чтобы бизнес и инвесторы были услышаны на самых ранних стадиях инициации нормативно-правовых актов;

- ♦ повысить прозрачность деятельности экспертных комиссий и экспертных советов, созданных при Министерстве экономического развития РФ и Федеральной службе по финансовым рынкам РФ, целью которых является содействие развитию предпринимательства, совершенствование корпоративного законодательства, повышение прозрачности и улучшение инвестиционного климата;

- ♦ повысить качество взаимодействия с заинтересованными сторонами;

- ♦ довести принятые корпоративные нормы и правила до сотрудников, занятых непосредственной операционной деятельностью в компании, вплоть до самого низшего звена. Также важно внедрить механизмы обратной связи по поводу применения данных норм для своевременной корректировки нормативных положений в случае морального устаревания или несоответствия условиям ведения бизнеса;

- ♦ активно взаимодействовать с представителями иностранных деловых кругов, компаний с целью создания общего направления развития в области стандартов;

- ♦ при содействии международных организаций, известных зарубежных экспертов создавать национальные рейтинги корпоративного управления и способствовать их признанию и авторитетности в мире;

- ♦ развивать активный диалог с иностранными инвесторами и партнерами с целью убедить их выработать более объективные критерии оценки стоимости российских компаний;

◆ активно взаимодействовать с российскими инвесторами, в особенности с теми, которые будут появляться в процессе развития пенсионной реформы, развития системы страхования, с другими институциональными инвесторами;

◆ активно взаимодействовать по вопросам КУ с заинтересованными группами, общественными организациями;

◆ активно вовлекать портфельных инвесторов в корпоративное управление объектов инвестиций;

◆ привлекать профессиональных независимых директоров¹².

¹ Красикова И., Филатов А. Зачем компании корпоративное управление? // Управление компанией. 2005. □ 2. С. 22.

² Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982. С. 215.

³ Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии : сокр. пер. со словац. М., 2009. С. 23.

⁴ Новая технология и организационные структуры : сокр. пер. с англ. / под ред. И. Пиннингса, А. Бьюитандама. М., 2005. С. 21.

⁵ США: управление наукой и нововведениями / отв. ред. Л.И. Евенко, Г.Б. Кочетков. М., 2005. С. 18.

⁶ Монастырный Е.А. Проблемы статистики инноваций и пути их решения // Инновации. 2006. □ 8. С. 109.

⁷ Новая технология и организационные структуры ... С. 9.

⁸ Там же. С. 57.

⁹ Менеджмент организации : учеб. пособие / З.П. Румянцева [и др.]. М., 2005. С. 304.

¹⁰ Баранчев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями : учеб. для вузов. М., 2009. С. 55.

¹¹ Коробейников О.П., Трифилова А.А., Коршунов И.А. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2000. □ 3. С. 12.

¹² См. также: Абрамов В.И. Теоретико-методологический анализ принадлежности инновационного потенциала // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2012. □ 5 (91). С. 5-8; Бандурин А.В. Историко-правовой анализ генезиса корпораций // Экономика России: основные направления совершенствования : сб. науч. тр. / под науч. ред. А.В. Бандурина. М., 2003; Повышение инновационной активности экономики России / отв. ред. В.П. Логинов, А.С. Кулагин. М., 2006; Принципы корпоративного управления ОЭСР. М., 2002; Усачев А.Н., Серяков А.В. Корпоративное управление в холдингах северного региона // Вестн. Сыктывкар. гос. ун-та. URL: <http://www.syktu.ru/vestnik/2005/2005-4/22.htm>.

Поступила в редакцию 19.11.2012 г.