



ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ В РОССИИ

Н.В. Кучковская

Транснационализация является главной составляющей и одновременно движущим механизмом процесса глобализации мировой экономики. Она также оказывает заметное влияние на динамику социально-экономических процессов в российских регионах, обеспечивая единство их функционирования, с одной стороны, и увеличивая степень противоречивости развития – с другой.

Для современного этапа прогресса мирового хозяйства характерна стремительная интернационализация, которая основана на ускоренном распространении транснациональных корпораций (ТНК).

По определению ООН к ТНК относятся корпорации, имеющие годовой оборот более 100 млн долл. и филиалы более чем в шести странах. Кроме того, для оценки международного статуса фирмы принят показатель, характеризующий долю продаж ее товаров за пределами страны происхождения компании [5].

Глобальные тенденции интернационализации производства и капитала, продолжающаяся приватизация собственности, возникновение стратегических альянсов и либерализация внешней торговли поставили ТНК в центр международных экономических процессов и создали предпосылки для его признания в качестве одного из основных структурных элементов экономики стран и регионов, способствующих их развитию и повышению эффективности.

Организация внутрифирменного международного производства дает ТНК ряд инновационных преимуществ:

- извлекать выгоды от международной специализации производства отдельных стран и регионов;
- максимально использовать налоговые, инвестиционные и другие льготы, предо-

ставляемые странами для зарубежных инвесторов;

- маневрировать загрузкой производственных мощностей, адаптируя свои производственные программы к изменениям конъюнктуры мирового рынка;
- использовать дочерние компании в качестве плацдарма для завоевания развивающихся рынков;
- организовывать собственное международное производство, что дает возможность ТНК продлевать жизненный цикл продукта, налаживая производство продукта по мере его морального старения на зарубежных филиалах, а затем и продавая лицензии на его производство иным компаниям [4, с. 71].

С точки зрения Р. Кантер, внедрение инноваций обеспечивает единственную возможность продвижения вперед. Реакция организаций на это требование времени должна заключаться в создании климата, благоприятствующего успешному применению инноваций. Решение, предлагаемое Р. Кантер, заключается в разрушении внутренних барьеров и создании в организации атмосферы, в которой руководители имели бы возможности для осуществления как официальных, так и неформальных коммуникаций работниками. При этом она подчеркивает важность вопросов участия, сотрудничества и командной работы. Она также выделяет следующие принципы ТНК:

- минимизация числа целей и максимизация вариантов выбора действий;
- сохранение постоянных издержек на низком уровне и по возможности наиболее частое использование «переменных» или «зависящих от обстоятельств» средств достижения корпоративных целей;

- нахождение способов влияния за счет сочетания прямого воздействия и взаимных усилий;
- обеспечение управления за счет доступа и вовлеченности в процесс принятия решений, за счет полного контроля или прав владения;
- стимулирование «перемешивания».
- поддержка динамики процессов;
- поощрение перегруппировок сотрудников, изменения их функций и выпускаемых товаров для создания неожиданных новых сочетаний и комбинаций;
- позитивное, а не негативное отношение к изменениям (как к источнику обновлений) [6, с. 361–362].

Для современного этапа развития ТНК характерен ряд инновационных особенностей:

- если в прошлые годы было заметно увеличение рабочих мест, то сегодня наблюдается их сокращение;
- заметны тенденции изменения вектора распространения корпораций в направлении стран Азии, Центральной и Восточной Европы, стран СНГ;
- если раньше размещение производства в определенном регионе обуславливалось дешевизной рабочей силы, то теперь приоритетным является завоевание рынков сбыта [2].

ТНК стали играть определяющую роль в международной конкуренции путем формирования механизмов сотрудничества и соперничества с малым и средним бизнесом, что привело к развитию производственных, научных и технологических связей между предприятиями в различных странах и регионах.

Деятельность корпораций охватывает практически все отрасли народного хозяйства, а в сферу их интересов входит большое число стран во многих регионах мира. Кроме того, они оказывают значительное влияние на динамику роста как материнских организаций, так и фирм принимающих стран и регионов, тем самым способствуя формированию благоприятного международного имиджа.

Благосостояние страны, интенсивность ее участия в международном разделении труда, степень интегрированности в мировое хозяйство и в конечном итоге рост конкурентоспособности все в большей степени зависят от

того, насколько успешна миссия функционирующей в экономике этой страны и других государств корпорации. Кроме того, капиталовложения ТНК в зарубежных филиалах – активное средство стимулирования спроса на отечественную продукцию [7].

Крупные ТНК размещают свои штаб-квартиры не только в центральных городах государств, но и в их инвестиционно привлекательных регионах. Заметны тенденции активной диффузии филиалов отечественных и иностранных ТНК в регионах России. Этот процесс приводит к ряду позитивных результатов:

- расширению экономической базы региона, передаче новейших технологий, росту общей деловой активности;
- притоку в регион иностранных капиталов, улучшению состояния платежного баланса;
- росту занятости, повышению уровня жизни рабочих и служащих в филиалах ТНК, вероятному повышению квалификации местных кадров;
- стимулированию проведения эффективных реформ путем внедрения разработанных в ТНК инновационных технологий в экономику региона.

Под социальной ответственностью ТНК целесообразно понимать достижение такого уровня развития предприятия, когда на нем постоянно присутствует добровольный отклик на социальные проблемы общества и они решаются на основе реализации принципов взаимовыгодного сотрудничества. Это означает соблюдение законодательно установленных норм и правил и осуществление деятельности сверх этих требований [1, с. 45]. Социальная ответственность – норма бизнеса, в основе которой абсолютно меркантильный мотив – выглядеть презентабельно в бизнес-сообществе, поскольку хорошая репутация есть залог получения кредитов, инвестиций и т. д. [8, с. 190]. Такая трактовка социальной ответственности бизнеса позволяет выделить основные, обуславливающие ее обстоятельства:

- осознание бизнес-сообществом ущербности неолиберальной философии «чистого рынка», ее негативного воздействия не только на состояние общественных отношений, социальную стабильность, но

- и на чисто экономические результаты деятельности корпораций;
- повышение значимости нематериальных факторов экономического роста, связанных с развитием человеческого потенциала;
- глобализация;
- изменение в условиях новой экономики характера потребителя: сегодня он может получить полную информацию о корпорации, и для него далеко не безразлично, как она ведет себя по отношению к потребителям и поставщикам, по отношению к окружающей среде;
- возникновение новых тенденций в финансовом секторе, проявляющихся в том, что инвесторы, прежде чем предоставить инвестиции, должны получить полную информацию о корпорации, включающую не только экономические показатели, но и уровень социальной ответственности корпорации во всех аспектах ее проявления.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует об активном участии бизнеса в создании прозрачной социальной инфраструктуры промышленных компаний. Согласно экспертным оценкам крупнейшие корпорации выделяют на социальные программы до 15–20 % фонда заработной платы. Это выгодно как работникам, так и работодателям: забота о работниках и ветеранах повышает мотивацию труда; внешние благотворительные акции укрепляют имидж компании, что дает ей преимущества в конкурентной борьбе. Поэтому успешное ведение хозяйства, его результативность целесообразно рассматривать с позиции социально-экономической эффективности, повышению которой служит интеграция принципа корпоративной социальной ответственности в стратегию развития.

Обеспечение социальной ответственности в компании предполагает создание механизмов управления этим процессом. Прежде всего необходимо использование эффективных форм контроля как изнутри, так со стороны общества. Система внутреннего контроля преимущественно основана на достигнутой корпоративной культуре. Вместе с тем наиболее активными формами общественного контроля могут выступить социальная отчет-

ность и социальное партнерство, базирующиеся на принципах социального диалога, которые в конечном счете приводят к разработке программы социальных инвестиций в ТНК.

С целью ведения эффективной деятельности крупные компании вынуждены принимать во внимание «общественное мнение», необходимое им для поддержания объявленных решений и отстаивания принятых ранее. В современных условиях ведение социальной отчетности предполагает соблюдение таких основополагающих принципов, как обязательный учет пожеланий общества и согласование решений с ним. Только после этого, отчитываясь перед теми, на кого направлена деятельность корпорации, и перед теми, кто оказывает влияние на бизнес, оправданы ее действия в социальном плане. Любая компания должна учитывать социально-экономические потребности страны, на рынке которой она работает. Внедрение процесса ведения социальной отчетности является важным шагом к тому, чтобы бизнес стал действительно социально ответственным в каждом своем решении на каждом конкретном рынке, а не в отдельных областях деятельности. Благодаря социальной отчетности ТНК совершенствуют свою работу и создают предпосылки увеличения производительности. Обеспечение социальной стабильности и продуманная социальная политика становятся для ТНК необходимым условием функционирования и качественного роста. Располагая ресурсами, необходимыми для осуществления социальных инвестиций, объединяя усилия с государством и общественными организациями в формировании активной стратегии социального развития, ТНК повышают свою конкурентоспособность и продуктивность.

ТНК активно формируют внутреннюю социально-экономическую политику. Вредные для устойчивого развития территорий социальные и экологические последствия деятельности мощных транснациональных структур можно предотвратить только путем согласованных на международном уровне действий, направленных на постепенное формирование социально ориентированных моделей их поведения, объединяемых понятием «корпоративное гражданство» [8, с. 91].

Соблюдение принципов социального партнерства ТНК обеспечивают высокие стандарты для своих работников, приближая условия труда и оплаты к мировому уровню, и поэтому все большую значимость для их развития приобретает социальный диалог. В этой связи важно подчеркнуть, что институционализация концепций социальной ответственности и социального партнерства как на уровне отдельных стран, так и отдельных регионов становится актуальной как для крупных компаний с международным статусом, так и для населения их территориальной аллокации.

В современных условиях основные усилия ТНК направлены на уменьшение экономических и финансовых рисков посредством диверсифицированного размещения капитала в разных странах и регионах. Они также стремятся приблизить производство в регионах к перспективным рынкам сбыта, рационализировать региональное налогообложение и таможенные платежи. Следовательно, функционирование региональных филиалов крупных международных корпораций обусловлено необходимостью, возможностью и эффективностью перелива капитала из стран (регионов) с относительным избытком трудовых и природных ресурсов и накопленного научно-технического потенциала в страны (регионы) с их дефицитом. Другими словами, ТНК способствуют интенсивному использованию тех факторов производства, которые из-за ограниченности масштабов бизнеса не могут быть рационально использованы в национальном воспроизводственном процессе.

Развитие транснационального бизнеса в российских регионах характеризуется узкой отраслевой направленностью. Так, например, среди наиболее крупных российских транснациональных компаний в настоящее время можно выделить в нефтегазовой сфере: «ЛУКОЙЛ», «Газпром», «Татнефть», «Славнефть», «ТНК-ВР» и «Сургутнефтегаз»; металлургической: «Северсталь», «Русал», «Евраз» и «Группа Мечел»; горнодобывающей: «Норильский никель» и «Алроса».

В последние годы в числе российских приобретателей зарубежных производительных активов начали появляться и несырьевые компании. Особенно активизировались отече-

ственные телекоммуникационные компании и холдинги, такие как «Вымпелком», «МТС», АФК «Система», «Альфа-групп». Проявляют интерес к зарубежным производительным активам и некоторые другие предприятия несырьевого сектора экономики. Однако их вовлеченность в процесс транснационализации упирается прежде всего в проблему недостаточной концентрации в бизнесе капитала, поэтому на современном этапе их деятельность по инвестированию в зарубежную производственную сферу имеет не столь активный (с количественной точки зрения) и масштабный (по накопленным зарубежным активам) характер («Императорский фарфоровый завод», «Калина», ОМЗ и др.) [9, с. 5–6]. В то же время в отношении зарождающихся в России ТНК менее крупного размера с их сравнительно небольшим финансовым потенциалом и недостаточной опытностью и информированностью о внешних рынках было бы целесообразно в процессе осуществления ими инвестиционных вложений в зарубежную экономику создавать механизмы целевой государственной поддержки. Если говорить о наиболее действенном инструменте содействия инвестициям – финансовой поддержке, то с учетом международного опыта приоритетными правомерно считать: а) проекты, увеличивающие обеспеченность национальной экономики материальными ресурсами; б) проекты, способствующие экспорту национальных технологий, товаров и услуг; в) приобретение активов, позволяющих использовать в национальной экономике результаты зарубежных исследований, технологические разработки, опыт организации управления и иностранных специалистов; г) создание условий для слияний и поглощений, повышающих конкурентоспособность отечественных компаний и ускоряющих их выход на зарубежные рынки [9, с. 11].

Как показывают исследования общественного мнения и поведения потребителей в крупных городах России, прежде всего в Москве и Санкт-Петербурге, они уже намного ближе к поведению потребителей в европейских странах. Имеются основания полагать, что в ближайшее время российские покупатели и клиенты будут оценивать компании не только исходя из цены товара или услуги, удобства расположения и т. п.,

но и по ее ответственности перед обществом [3, с. 54].

Таким образом, становятся объективно необходимыми разработка и внедрение инновационных принципов социальной ответственности российского бизнеса перед всем обществом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Братющенко, С. В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как институт государственно-частного партнерства и эффективной региональной и социальной политики / С. В. Братющенко, В. Е. Селиверстов // Регион. – 2007. – № 4. – С. 189–206.
2. Глобализация и профсоюзы : материалы проблемного семинара руководителей членских организаций ФНПР 21–22 мая 2001 г. – Режим доступа: <http://www.fnpr.ru>.
3. Данилова, О. В. Сущность и функции социально ответственного бизнеса в рыночной экономике / О. В. Данилова // Финансы и кредит. – 2005. – № 25. – С. 51–54.
4. Казаков, И. А. Транснациональные корпорации и элементы регулирования в мировом экономическом пространстве / И. А. Казаков // Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика. – 2000. – С. 16–20.
5. Каргалова, М. В. Гражданское общество и бизнес: взаимодействие и контроль / М. В. Каргалова. – Режим доступа: <http://www.soc-eco.ru/docs/Kargalova-RT.doc>.
6. Классики менеджмента / под ред. М. Уорнера ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2001. – 1168 с.
7. Самофалов, В. Глобальный вызов транснациональных корпораций / В. Самофалов. – Режим доступа: <http://www.zn.ua/2000/2250/41312/>.
8. Соболева, И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии / И. Соболева // Вопросы экономики. – 2005. – № 10. – С. 90–102.
9. Шепелев, С. В. Мирохозяйственное изменение российского бизнеса: новые тенденции и проблемы в начале XXI века / С. В. Шепелев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. – № 1. – С. 4–13.