

## СОЦИАЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

### SOCIAL CONTEXTS OF CORPORATE MANAGEMENT

*K. Safonov*

#### Annotation

The article is devoted to the investigation of modern concepts of corporate structures management. The social nature of corporate management is analyzed. The origin of theory and practice of corporate governance from economic and social point of view is investigated. Corporate management is understood as the system of social and managerial interaction.

**Keywords:** Corporation, corporate management, social management, managerial culture, administrative interaction.

**Сафонов Кирилл Борисович**

*Преподаватель, Новомосковский институт  
(филиал) Российского химико–технологического  
университета им. Д.И. Менделеева*

#### Аннотация

Статья посвящена рассмотрению особенностей современных концепций управления корпоративными структурами. Анализируется социальная сущность корпоративного менеджмента. Исследуются истоки теории и практики корпоративного управления с экономической и социальной точки зрения. Корпоративный менеджмент понимается как система социального и управленческого взаимодействия.

#### Ключевые слова:

Корпорация, корпоративный менеджмент, социальное управление, управленческая культура, управленческое взаимодействие.

**М**ировая экономика начала третьего тысячелетия характеризуется все ускоряющимися процессами глобализации. Как следствие, происходит укрупнение существующих экономических структур, некоторое размытие, а в ряде случаев даже полное исчезновение границ между национальным и мировым уровнями хозяйствования. Подобные условия являются благоприятной средой для возникновения новых типов организационных образований. Например, в последние десятилетия широкое распространение получили корпорации. Как отмечают А.И. Кравченко и И.О. Тюрина, "по всему миру насчитывается около 40 тыс. корпоративных объединений, имеющих порядка 200 тыс. филиалов, контролирующих треть мирового промышленного производства, половину мировой торговли и 75 % патентов и лицензий" [1]. Подобные факты свидетельствуют о формировании устойчивой тенденции к повышению корпоративности современной экономики, и данные начала ее развития с течением времени будут приобретать все большее значение. Следовательно, существенно расширится обновление системы хозяйственных отношений, потребуются переосмысление всего накопленного человечеством организационного и управленческого опыта с целью оптимизации моделей менеджмента, успешной адаптации их к новым условиям глобальной экономики, идущей по пути корпоративного развития.

Исследование концептуальных и методологических оснований управления корпоративными структурами следует начать с осмысления самой сущности понятия корпоративности. Как мы уже отмечали выше, последние десятилетия ознаменовались бурным ростом и развитием корпораций. Но было бы весьма опрометчивым утверждать, что как явление социально–экономической реальности они являются плодом второй половины XX века. Конечно, это не так. Становиться на подобную позицию нам позволяет тот факт, что "к корпорациям в широком

смысле можно отнести многие социальные организации, в том числе возникшие в глубокой древности" [2]. На первый взгляд, данный тезис может показаться весьма противоречивым. Действительно, корпорации обычно воспринимаются как форма хозяйствования, возникшая сравнительно недавно. Считается, что их не существовало еще и в начале прошлого столетия, не говоря уже о древности. Однако все противоречия и парадоксы снимаются, если рассматривать концептуальные истоки корпоративного шире, перенеся анализ из сугубо экономического в социальный контекст. Тогда нам станет понятно, что "изначально термин "корпоративный" возник от латинского "corporatio" – объединение, сообщество, а не от "корпорации" как организационно–правового типа предприятия" [3]. Развитие концепций корпоративного управления началось значительно раньше оформления их в отдельную научную дисциплину. Изначально в их рамках рассматривались вопросы установления и поддержания системы социальных и внутриорганизационных связей, направленных на оптимизацию управленческого воздействия, поддержание целостности системы и содействие ее оптимальному поступательному развитию. И уже значительно позднее, с возникновением и развитием корпоративных образований как особой формы и способа экономической активности произошло окончательное формирование корпоративного менеджмента как области научного анализа и средства изучения происходящих в рамках корпораций процессов.

Имевшие место сдвиги в развитии корпоративного менеджмента как теории и практики эффективного управления в изменившихся условиях и в связи с появлением новых организационно–правовых форм хозяйствования, однако, не привели к кардинальным изменениям сущности рассматриваемых явлений. Верным остался постулат о социальной сущности управления, следствием чего является тот факт, что "основополагающее опреде-

ление корпоративного управления указывает на ключевое отношение, участниками которого являются, с одной стороны, акционеры компании, а с другой – ее менеджеры" [4]. Таким образом, корпоративный менеджмент, прежде всего, должен пониматься как система социальных управленческих практик, в рамках которых в полной мере осуществляется управленческое взаимодействие, субъект управления воздействует на его объект. Последний при этом видоизменяется, одновременно приводя к изменениям в обществе. Характер данных изменений определяется степенью интеграции конкретной организации в систему общественных отношений, возможностями ее влияния на социальную структуру в целом. Однако в любом случае корпоративное управленческое воздействие должно оказывать то или иное влияние на общество, так как часть неразрывно всегда связана с целым, а в данном случае их развитие носит взаимообусловленный характер.

Проблемы эффективности корпоративного управления соотносятся с успешностью развития управленческой культуры, под которой предлагается понимать "часть общей культуры общества, связанная преимущественно с формированием управленческих знаний, суждений, чувств, настроений, управленческих концепций, навыков управленческого и организационного поведения" [5]. В рамках социокультурной системы общества происходит также формирование корпоративной культуры, представляющей собой неотъемлемую черту и важный фактор устойчивого развития конкретной организации. Одной из основных задач корпоративного менеджмента является создание условий для полной реализации организационного потенциала с целью соблюдения и защиты интересов всех заинтересованных сторон. Конечно, это должно происходить с учетом социальной целесообразности, иначе становление организации и претворение в жизнь ее миссии зайдет в тупик: ни одна хозяйственная структура не может существовать вне общества, в отрыве от него. Следовательно, социальное благо одновременно является корпоративным благом, а корпоративный менеджмент вбирает в себя значительную часть концепций и теорий социального управления, в результате чего постулируется его социальная природа.

Путь развития каждой организации, каждой корпоративной структуры уникален. Помимо всего прочего, его

определяют особенности существующей системы управленческого взаимодействия. К числу таковых можно отнести индивидуальные характеристики организационной структуры – совокупности отделов и служб, занимающихся построением и координацией функционирования системы управления, разработкой и реализацией управленческих решений [6]. Все эти факторы оказывают воздействие и на формирование системы управления, и на корпоративную культуру, что, в свою очередь, сказывается на состоянии как общества в целом, так и каждого из его членов. Социум пронизан связями между отдельными частями его структуры. Будучи вовлеченными в эту систему, корпоративные образования оказывают большое социальное влияние, одновременно испытывая на себе воздействие общества. Именно так утверждается социальная природа управленческих отношений, составляющих базис корпоративного менеджмента, определяющих особенности развития его теоретических концепций и практического воплощения в конкретные промежутки времени.

Главной сложностью исследования корпоративного менеджмента является определение сферы его возможного применения. Так, не до конца выясненным остается вопрос о том, возможно ли корпоративное управление любой организацией вне зависимости от ее хозяйственной формы. На наш взгляд, корпоративный менеджмент следует рассматривать не столько как управление корпорацией, сколько как определенный стиль управления. В данном контексте верным становится утверждение о том, что "с развитием корпоративного сектора экономики и его превращением в государственно-корпоративную систему отношений будут сглаживаться противоречия между наемными работниками и работодателями, налаживаться эффективное социальное партнерство не только внутри корпорации, но и между социальными группами членов общества" [7]. Таким образом, корпоративный менеджмент есть уникальная система социальных управленческих отношений, осуществление которых является способом поддержания поступательного развития конкретной организации, стабильности и устойчивости общества в целом. Рассматривая социальные контексты корпоративного управления, мы можем, лучше понять особенности экономической системы общества, осознать его характерные черты в целом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Кравченко А.И., Тюрина И.О. Социология управления: фундаментальный курс. – М.: Академический проект; Деловая книга, 2008. – 983 с.
2. Шумейко М.В. Влияние социокультурных факторов на формирование российского корпоративного управления: автореферат диссертации ... доктора социологических наук. – М., 2011. – 64 с.
3. Могутнова Н.Н. Корпоративная культура: понятие, подходы // Социологические исследования. 2005. № 4. – С.130–136.
4. Шастико А.Е. Проблемы корпоративного управления и пути их решения в корпоративном законодательстве // Российский журнал менеджмента. 2006. Т. 4. № 2. – С. 3–24.
5. Афонин Ю.А., Жабин А.П., Панкратов А.С. Социальный менеджмент. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 320 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.
7. Смирнов А.С. Корпоративное управление в экономике России: автореферат диссертации ... доктора экономических наук. – М., 2008. – 45 с.