

УДК 316.6 + 32:316.3

КОРПОРАТИВИЗМ И НЕОКОРПОРАТИВИЗМ В ПОЛИТИКЕ

Н.Г. Хвезюк

В статье рассматриваются корпоративизм и неокорпоративизм как аналитические подходы изучения социально-политических взаимоотношений. Раскрываются пути оптимизации и развития политических отношений с учетом мирового опыта. Обосновывается значимость социально-экономических отношений в политической системе, необходимость гармонизации общественных, коллективных и личностных интересов путем участия в отношениях собственности.

Ключевые слова: корпоративизм, неокорпоративизм, политика, политические отношения, социальные отношения, корпорации, отношения собственности.

Понимание сущности социальных отношений с позиции корпоративизма как в социально-экономической, так и политической системе формируется с учетом опыта передовых корпораций мира. Транспонируя экономические результаты в политику. Эффективность деятельности корпоративных структур, измеряемая уровнем развития трудовых отношений в корпорациях, базируется на единстве учета функций владения, участия, самоуправления и управления; на мотивации социальной и экономической активности работников предприятий путем соответствующих стимулов, установок формированием общих ценностей в целях обеспечения социально-политической стабильности.

С позиции неокорпоративизма деятельность социальных общностей основывается на повышении экономико-политической роли государства, привлечении корпораций, ассоциаций, институтов гражданского общества к процессу принятия управленческих решений, развитию новых моделей социального управления и т.п. В этом случае в основе построения и оптимизации социальных отношений лежит процесс гармонизации частных, коллективных и общественных интересов, отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом, внутри бизнеса, между различными стратами социальной структуры общества, между владельцами компаний и наемными работниками. Главным средством оптимизации является учет социальных законов, выступающих на практике как необходимость реализации принципов социальной справедливости, честной конкуренции, культурно-психологической идентичности в целях обеспечения порядка в стране и достатка большинства ее населения [1].

Корпоративизм, как вид социальных отношений, получил бурное развитие в России в условиях перехода на рыночные отношения и затрагивал

систему отношений не только экономических, но и политических. Корпоративизм выстраивает политическую систему на принципах взаимосвязи и взаимответственности, вызванных общим интересом и обусловленных правом, традициями, политической культурой и нравственностью. Для достижения поставленных целей, особенно в современных условиях реализации масштабных реформ, программ в политической и социальной сферах, необходимо просчитывать с определенной долей вероятности мотивацию и векторы поведения правительства, Центробанка, политических и общественных организаций и движений, а главное – оппонентов, различных социальных страт и общества в целом, что позволяет учитывать все факторы деятельности, увеличивая ее эффективность политики и снижая возможные риски.

В результате процесса приватизации, проводимой в конце 90-х годов прошлого века, в экономике нашей страны были образованы десятки тысяч экономических субъектов на основе корпоративной собственности. Однако радикальное преобразование собственности не привело к формированию ни класса эффективных собственников, ни слоя высокопрофессиональных наемных управляющих. Собственность осталась сконцентрированной в руках узкого круга владельцев предприятий. Поэтому структура корпораций, как коллективных объединений, формируется чаще всего на принципах администрирования: все решения принимаются наблюдательным советом, и с помощью менеджмента спускаются на всеобщее собрание, которое вынуждено их принимать. В итоге заложенные корпоративизмом принципы социальной справедливости, прозрачности и подотчетности деятельности игнорируются.

Политические институты выстраивают деятельность преимущественно в парадигме субъект-объектных отношений при очевидном дефиците субъект-субъектных отношений. Такой подход возвращает социально-политические отношения к доминированию модели «начальник – подчиненный», присущей начальной стадии развития капитализма, где господствует эксплуатация рабочей силы. В итоге политические отношения начинают терять социализированный характер, приводят к нарастанию конфликтных ситуаций, тогда как это должны быть отношения социального партнерства, способствующие развитию социально-экономической активности как профессиональных политических деятелей, так и гражданское общество в целом.

Политическая система базируется на экономических отношениях, которые и определяют всеобщий вектор развития. Институциональное развитие корпораций выявляет ключевую проблему: участие работников в управлении отношениями собственности чаще всего носит формальный характер. Организационная форма ведения бизнеса не учитывает складывающиеся на предприятии корпоративные отношения. Не реализуется

фундаментальное условие развития социально ориентированной рыночной экономики: достижение единства личных, коллективных и общественных интересов, что создает серьезное противоречие между менеджерами и остальным персоналом, управляющими и подчиненными. В результате «верхи» получают выплаты, в сотни раз превышающие дивиденды «низов» – акционеров. Принцип социальной справедливости игнорируется, что создает опасную степень общественной напряженности. Уменьшение экономического, социального неравенства могло бы привести к существенным позитивным преобразованиям: интенсификации экономического роста, повышению эффективности деятельности и культуры корпораций, а следовательно – к гармонизации социальных отношений, снижению социальной напряженности в обществе.

Неокорпоративизм доказывает, что принципами оптимизации социальных отношений в политике выступают: единство де-юре и де-факто в развитии коллективных форм хозяйствования, принцип социальной справедливости, принцип единства личных, коллективных и общественных интересов, принцип социального партнерства, принцип ментальной идентичности, принцип единства материальных и моральных стимулов и др.

Неокорпоративизм путь к оптимизации социальных и политических отношений видит в структурной перестройке экономики, в частности, в повышении социальной роли государства, в трансформации рыночных отношений, в создании условий для развития социально ориентированного бизнеса.

Изучение мировой практики открывает иные пути развития политических отношений:

- ориентация в деятельности не только на экономический капитал, но и главное, – на интеллектуальный, информационный, духовный капитал;
- удовлетворение материальных и духовных потребностей, учет национальных, ментальных особенностей и общецивилизационных ценностей;
- установка на целостность массового и индивидуального сознания;
- преодоление существующего многократного разрыва в доходах между богатым меньшинством и бедным большинством при декларировании социального государства;
- де-факто используемый принцип единства самоуправления и управления, саморегулирования и регулирования, самоорганизации и организации;
- опора в планировании и прогнозировании политической деятельности на развитие массового сознания и духовности, формирования таких качеств, как чувство хозяина, сопричастность, взаимопомощь, взаимовыручка, взаимответственность.

Обратившись к тезису, что политика – это концентрированное выражение экономики и на основании анализа системы управления российских компаний, можно сделать вывод, что управление корпорациями не соответствует устройству, которое существует в процветающих корпорациях мира (в Японии, США, Германии и других странах), особенно в плане развития социально ориентированной рыночной экономики. В целом Россия отстает от передовых стран Запада в развитии корпоративных форм управления собственностью, хотя имеет свой исторический опыт их использования. А это приводит к перекосам и в политике в целом.

В целях формирования эффективных политических отношений необходимо развитие социализированных корпоративных отношений и баланс между частной, корпоративной и государственной собственностью, между личной конкуренцией и социальной солидарностью общества. Тем самым возможно формирование такой системы политических отношений, такой уровень политической культуры, развитие которых гарантирует минимизацию и социальных, и политических конфликтов, так как будет поддерживаться достойный уровень жизни граждан. Важно формировать в массовом политическом сознании россиян чувство хозяина своей страны, сопереживающего за дела фирмы, за материальное и духовное благополучие наемных работников, социальное развитие государства и гражданского общества.

Размытость общественного идеала России не способствует формированию корпоративизма, сплоченности народов России вокруг единой цели. Объединяют общие дела в интересах большинства, а меньшинство подчиняется большинству, – это не только закон демократии, а способ выживания нации. На наш взгляд, Россия остро нуждается в государственной экономической идеологии, в формировании массового экономического сознания, включающего в себя личностно-корпоративные и общенациональные ценности, эволюцию «экономического человека» и «социологического человека», воплощение «информационного человека», но в целях реальной, а не виртуальной информационной экономики и политики.

Развитие корпоративных отношений в экономике, включающих мотивацию работников на соучастие в деятельности корпорации, является средством совершенствования и политических отношений, иначе срываются механизмы отчужденности и недоверия к властям. Для развития оптимальной модели реализации социальных отношений на предприятиях корпоративной собственности в России требуется переход от диссипативного состояния развития отечественных корпораций как институтов собственности на обновленную парадигму, основанную на приоритете порядка и справедливости, на выполнении государством функций креативного, хозяйствующего аттрактора. В этом состоит условие возможного перехода в руководстве отечественными компаниями с принципа личностно-командного построения корпоративных отношений на принцип демокра-

тической иерархии, когда любой руководитель является субъектом коллективной власти работников, акционеров.

Сегодня наше правительство настаивает на прозрачности деятельности государственных и коммерческих структур. Такая информационная открытость предполагает наличие честности в их деятельности. Насколько это возможно – покажет время. Однако времени остается все меньше. Дело в том, что «информационное время» [2] сегодня обгоняет время политическое и даже биологическое. Бесспорно, необходима ликвидация теневой экономики, обеспечение прозрачности деятельности корпоративных структур. Тем самым, они получают необходимый кредит доверия в народе.

В плане соблюдения нравственных законов в политике важно преодолеть двойственный характер ряда существующих постулатов, оправдывающих в сущности негативные нормы нравственного поведения, таких как: «разрешено все, что не запрещено законом», «дуракам закон не писан», «моя хата с краю», «я человек маленький, есть начальство», «рыба гниет с головы» и т.п. Но есть не меньше положительных норм нравственного поведения, непосредственно касающихся собственности и заложенных в такой кладовой мудрости народа, как пословицы и поговорки: «копейка рубль бережет», «без труда не вынешь рыбку из пруда», «семь раз отмерь, один раз отрежь» и т.п. Когда в политике перекося делается в негатив, тогда и разрушается совесть людей, а собственность обретает функцию алчного обогащения.

В научном аспекте значение нравственных законов сформулировала доктор экономических наук, профессор Е.Е. Румянцева. Работа ее так и называется «Нравственные законы экономики» [3]. Она выделяет восемь общих законов и четыре специфических. Обратим внимание на один всеобщий закон, который имеет прямое отношение к качеству и политических отношений. Е.Е. Румянцева пишет, что в основе развития любых институтов находится уровень нравственного развития того или иного общества. По мере повышения уровня нравственного развития происходит восхождение всех общественных институтов от их низких (искаженных и негативных) форм к высшим [3].

Неокопоративизм диктует развитие политики и на локальном, и на глобальном уровнях:

- на уровне компании – эффективное социальное партнерство обеспечивает получение компанией максимальной прибыли при соблюдении интересов акционеров и всех заинтересованных лиц;
- на уровне государства – эффективные социальные отношения в корпорациях способствуют развитию частного сектора, фондового рынка и экономики в целом;
- на мировом уровне – эффективные отношения корпоративной собственности позволяют снизить риски наступления финансового кризиса при формировании структуры международного финансового рынка.

У государственных органов власти России есть существенный потенциал коррекции своей поддержки корпоративных форм организации производства. Это совершенствование законодательства и адаптация принятых законов к конкретным социально-экономическим условиям страны. Ибо стабильность нормативно-правовой среды, ее предсказуемость, невмешательство государства в сферу деятельности нормально работающих корпораций всецело относится к функциям государства по защите института собственности.

Развитие неокорпоративизма, укрепление и расширение слоя собственников, в свою очередь, определяют социально-политическую стабильность в обществе. Капитализация сама по себе не решает проблем цикличности развития рыночных отношений. Поэтому каждая страна может учитывать опыт других стран, но опираться должна в основном на собственный опыт, учитывающий всю совокупность особенностей конкретной страны. Каким бы совершенным не было бы законодательство, все зависит от полноты его исполнения субъектами экономики.

И в том случае, когда честность, прозрачность и подотчетность становятся основой политической деятельности, государство системообразующим грамотным субъектом экономических отношений, неокорпоративизм, как стратегия развития, позволяет сформировать такую систему политических отношений, в которой гармонизируются личные, коллективные и общественные интересы.[5]

Библиографический список

1. Двадцать лет глазами россиян: опыт многолетних социологических замеров / Под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, В.В. Петухова. – М.: Весь мир, 2011 – 328 с.
2. Попов, В.Д. Культура управления в информационном обществе / В.Д. Попов. – М., 2012. – 208 с.
3. Румянцева, Е.Е. Нравственные законы экономики / Е.Е. Румянцева. – М., 2009.
4. Тейтельман, Н.Е. Собственность и ее социально-экономическое содержание / Н.Е. Тейтельман. – Самара, 1997. – 216 с.
5. Хвесюк, Н.Г. Корпоративное управление отношениями собственности: социологический анализ / Н.Г. Хвесюк. – М., 2012. – 322 с.

[К содержанию](#)