

*Павлова Анастасия Александровна, студент магистратуры, Финансовый
Университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва*

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛО-САКСОНСКОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ, НА ПРИМЕРЕ ДРУГИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация: В данной статье проводится анализ различных национальных систем корпоративного управления, с точки зрения исторических предпосылок, а также их экономические результаты. В результате исследования принимаются выводы о преимуществах и ключевых особенностях каждой из представленных моделей.

Ключевые слова: корпоративное управление, корпоративная социальная ответственность, ВВП, модели корпоративного управления.

Annotation: This article analyzes various national systems of corporate governance, in terms of historical background, as well as their economic results. As a result of the research, conclusions are made about the advantages and key features of each of the presented models.

Keywords: corporate governance, corporate social responsibility, GDP, corporate governance models.

Для определения основных отличительных особенностей англо-саксонской модели корпоративного управления, необходимо провести исследование на примере самого элемента корпоративного управления – корпоративной социальной ответственности (КСО), чье развитие было первым замечено в США и Великобритании [1, с. 45], что не должно вызывать удивления, т.к. именно они, в особенности США, всегда поддерживали ценность

свобод и гарантий социальной поддержки общества. В свою очередь высокий уровень промышленного развития позволил им сосредоточиться не только на создании самых эффективных технологий, но и на развитии системы труда, самой современной в мире на тот момент. Такой подход к предпринимательству стал своего рода прорывом, новым историческим этапом развития бизнеса, что в свою очередь привлекло к данным предприятиям большую, чем они могли рассчитывать, поддержку самого государства и общества.

Уже к 1950-м гг. крупные корпорации начали приходить к выводу о том, их разрозненные элементы корпоративной политики нуждаются в объединении и создании более четкой и сформированной структуры корпоративного управления. Американские и Британские компании пришли к осознанию, что гонки лучшей продукции теперь недостаточно. Необходимо продемонстрировать обществу, что они заботятся о самом обществе и о всех его незащищенных частях.

К примеру, в японские компании известны всему миру благодаря системе пожизненного найма, показатели текучести кадров близки к абсолютному минимуму. Их индексы восприятия обществом высоки, т.к. японское общество видит, что корпорации заботятся о своих сотрудниках. Кроме того, за последний 20 лет, японские компании, медленно, но верно все активнее реализуют программу социальной и экономической поддержки групп или областей, нуждающихся в этом. Другие исследования показывают, что со стороны потребителей гораздо более привлекательной кажется та компания, которая известна проведением различных программ по защите экологии, участием в благотворительных организациях, социальной поддержке своих сотрудников и использовании других элементов корпоративной социальной ответственности [2, с. 10]. Огромным прорывом для того времени стал взгляд на компанию не как на самостоятельный объект, чьей целью одностороннее является получение прибыли ее владельцами, а как на субъект и часть общества. Он помог развивать и реализовывать идеи корпоративной социальной ответственности. Следуя новому тренду, эти идеи охотно подхватили и другие страны Западной Европы.

Социальная ответственность бизнеса теперь носила характер обязательной нормы, как незыблемая часть работы компании на рынке. Далее эту тенденцию поддержали и другие развитые страны, появились новые идеи реализации корпоративной социальной ответственности в Германии, Франции, Швейцарии, Италии, Голландии и других промышленно развитых государствах [3, с. 17].

Большинство стран Азии медленно принимали новые принципы корпоративной социальной ответственности. Данные концепции до сих пор не являются полностью сформированными и систематизированными, и продолжают носить обрывочный характер, а также не всегда поддерживаются правительством [4, с. 13]. Основные принципы политики корпоративной социальной ответственности нашла поддержку только в лице конфуцианства, основными постулатами которого является человеколюбие, гуманность, коллективизм, уважение к людям, почитание старших. В корпоративном смысле внедрение КСО в Азии является по большей части сугубо добровольным явлением [5, с. 12]. Высокая иерархичность социальных и экономических отношений в Азии и превалирование семейного контроля не позволяют должным образом достигнуть прозрачности бизнеса и эффективного корпоративного управления, что в будущем может привести к определенным трудностям при внедрении принципов новой корпоративной социальной ответственности.

Модель перекрестного владения акциями стала изживать себя, особенно с появлением в Азии иностранных инвестиций, т.к. подобный механизм мешает дальнейшему развитию компаний. Можно предположить, что англо-американская модель оказывает определенное воздействие на японскую модель корпоративного управления, хотя до сих пор, данная модель страны Восходящего Солнца считается очень закрытой, т.к. она основывается на контроле банков и их финансировании с вытекающими отсюда жесткими регламентами, предписаниями, корпоративной культурой и порядками и дисциплиной.

Еще одна новая модель корпоративного управления получила широкое распространение и приобрела название «семейная». Такую модель в большинстве своем можно найти на каждом континенте и по статистике, семейные компании являются самыми распространенными компаниями в мире. Главное ее отличие состоит в том, что члены одной семьи управляют бизнесом. Стоит отметить, что данная модель полностью противоположна англо-американской модели. Контроль над бизнесом осуществляется по принципу иерархий, распространено владеть двойным классом акций (второй класс имеет больше всего влияния в то время, как первый класс обладает слабыми полномочиями) и перекрестным. В такой системе, владельцы бизнеса не заинтересованы в инвестиционной привлекательности своих акций, так как они определяют долю прибыли каждого члена семьи в общем деле и не используются в качестве инструмента для спекуляций или лоббирования персональных интересов. Многие эксперты считают семейную модель корпоративного управления малоэффективной, но по мнению экономиста Алана Кросби: «Семейные (и родовые) предприятия составляют, по меньшей мере, 70% всех компаний в мире, а на Востоке эта цифра приближается к 90%». Однако ориентируясь на многочисленные исследования, именно семейная модель управления является самой распространенной в мире (Хайнц, Тойота, Самсунг). Ориентируясь на данные, можно прийти к выводу, что в изученных странах, семейные предприятия вырабатывают до 50% всего ВВП.

Наряду с вертикальной (пирамидальной) структурой построения бизнеса используется и горизонтальная. Цель данного механизма – перевод прибыли по всей цепочке структур, входящих в компанию, и далее на высший уровень, в головной офис, который владеет правом полного контроля всего капитала предприятия. Существуют три метода для перераспределения денежных потоков: взаимное финансирование, перекрестное страхование и трансфертное ценообразование.

Итак, после анализа всех известных моделей управления, стоит обратиться к статистике и выявить взаимосвязь между странами с самыми крупными в мире

ВВП и их моделями управления. Согласно Таблице 1, странами с самыми крупными ВВП, занимающими долю в мировом ВВП в размере 25% и 17%, занимают США и Китай соответственно, Япония и Индия занимают 6% и 4%. Великобритания и Канада обладают только 3% и 2%, Таким образом, можно прийти к выводу, несмотря на то, что ВВП это каждой страны – это совокупность многих факторов, ресурсных, исторических, политических и экономических, англо-саксонская модель управления не распространена в странах с самым высоким уровнем ВВП. Более того, к этим странам относятся три азиатских тигра (Китай, Япония и Индия), страны, обладающие самой строгой и иерархичной системой моделей корпоративного управления.

Таблица 1. Рейтинг стран по размеру ВВП в млрд. долл. США за 2019 и 2020 гг.

Страна	Млрд. долл. США				
	Размер ВВП 2019 г.	Место в рейтинге	Размер ВВП 2020 г.	Место в рейтинге	Доля
США	21,439.45	1	22,321.76	1	24.7 %
Китай	14,140.16	2	15,269.94	2	16.9 %
Япония	5,154.48	3	5,413.05	3	5.98 %
Германия	3,863.34	4	3,982.24	4	4.40 %
Индия	2,935.57	5	3,202.18	5	3.54 %
Франция	2,707.07	7	2,771.62	6	3.06 %
Великобритания	2,743.59	6	2,716.53	7	3.00 %
Италия	1,988.64	8	2,013.67	8	2.22 %
Бразилия	1,847.02	9	1,893.01	9	2.09 %
Канада	1,730.91	10	1,812.46	10	2.00 %

Таким образом, можно прийти к выводу, что ни одна из представленных моделей не является универсальной и не обладает преимуществами над другими. Можно также предположить, что правильно выбранная модель корпоративного управления может стать залогом правильного эффективного функционирования самого предприятия и благосостояния акционеров и ее работников.

Библиографический список:

1. Иванова А.А. Корпоративная социальная ответственность: отношения бизнеса и общества в современной России // Среднерусский вестник общественных наук. № 2. 2015. С. 45.
2. Иванов В.А. Корпоративная социальная ответственность в странах Азии // Транспортное дело России. 2010. № 9. С. 10.
3. Цей С. А. Корпоративная социальная ответственность путь к устойчивому развитию // Новые технологии. № 2. 2011. С. 17
4. Иванов В.А. Корпоративная социальная ответственность в странах Азии // Транспортное дело России. 2010. № 9. С. 13.
5. Иванов В.А. Корпоративная социальная ответственность в странах Азии // Транспортное дело России. 2010. № 9. С. 12.