

**Плотников А.В.**

аспирант Российской государственного торгово-экономического университета

## **СУБЪЕКТЫ И ОБЪЕКТЫ КОРПОРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

*В работе разработано понятие модели корпоративного управления, определены участники корпоративных отношений, выявлены субъекты и объекты корпоративных отношений, рассмотрены связи между ними и описана важность каждого объекта и субъекта.*

*Ключевые слова:* субъекты, объекты, корпоративное управление, отношения.

В России вопросами корпоративного управления занимаются бизнесмены, менеджеры, экономисты, юристы, ученые, государственные служащие.

Принято считать, что с помощью корпоративного управления регулируются правовые отношения между участниками корпорации.

Корпоративное управление – это управление правами акционеров, менеджеров, совета директоров. Наряду с корпоративным управлением существует взаимодействие субъектов и объектов корпоративного управления.

Модель корпоративного управления представляет собой графически представляемую схему взаимодействия объектов и субъектов, а моделирование – создание системной структуры объектов и субъектов процесса функционирования компании.

Модель корпоративного управления является уникальной системой управления участников корпоративных отношений. Уникальность проявляется в индивидуальности каждой модели корпоративного управления. Значит, существует бесконечное количество моделей корпоративного управления. Все модели построены по образцам двух основных моделей – англо-американской и германской. Данные модели имеют множество синонимов.

Синонимы англо-американской модели: английская, американская, аутсайдерская, англосаксонская.

Синонимы германской модели: немецкая, западноевропейская инсайдерская, континентальная. Германская и западноевропейская определяются географическим месторасположением стран данной модели (страны с преобладанием западноевропейской модели – Германия, Австрия, Нидерланды, Швейцария, Швеция, частично во Франции и Бельгии).

Отношение – это взаимосвязь двух и более элементов, характеризуемых одним общим. В корпоративном отношении одним общим является компания.

Участники корпоративных отношений – это взаимосвязь физических и юридических лиц.

А.Н. Асаул выделяет участников корпоративных отношений [1]: менеджеры, акционеры, кредиторы, поставщики, работники, государство, органы местного самоуправления.

Список участников корпоративных отношений относится к корпоратив-

ному менеджменту, то есть к текущему управлению. Это обуславливается присутствием в списке участников корпоративного менеджмента: поставщиков, работников компаний.

К данному списку необходимо добавить совет директоров, потребителей, конкурентов и самостоятельные организации. Из вышеперечисленных участников выделяются субъекты и объекты корпоративных отношений.

К субъектам относятся акционеры, совет директоров по отношению к менеджерам, менеджеров по отношению к работникам компании, государство и органы самоуправления по отношению ко всем участникам корпоративных отношений. К основным объектам относят работников, также менеджеров по отношению к совету директоров, совет директоров по отношению к акционерам.

Следовательно, участниками корпоративных отношений являются субъекты, объекты внешней и внутренней среды компании. Внешняя среда корпоративных отношений – это совокупность элементов не входящих в состав компании: поставщики, конкуренты, потребители, государство, местные органы самоуправления, кредиторы. Внутренняя среда корпоративных отношений – это совокупность элементов входящих в состав компании и элементов, непосредственно имеющих отношение к компании - акционеры. Элементы, входящие в состав компании – это совет директоров, менеджеры, работники. Субъекты – лица, принимающие решения в компании, объекты – исполняющие решения. Среди участников корпоративных отношений могут встречаться субъекты и объекты в одном лице.

С точки зрения владения корпорацией в первую очередь должны удовлетворяться права акционеров на получение дивидендов, получение доли имущества при его ликвидации, также получение дохода в результате продажи акций. С точки зрения социальной ответственности корпорации должны удовлетворяться права социума: регулярная выдача фиксированной заработной платы за труд работника, организация рабочего места, удовлетворения спроса.

Акционеры, которые делятся на мажоритариев и миноритариев влияют на менеджеров компании путем собрания акционеров, на котором избирают совет директоров. Также влияние происходит с помощью продажи акций, провоцируя возможность поглощения. Совет директоров играет роль инструмента, воздействующего на менеджеров. Значит, совет директоров является не только субъектом для менеджеров, но и объектом корпоративных отношений для акционеров.

Совет директоров – это стратегический орган корпоративного управления, является избирательным и контролирующим текущее управление в лице субъектов текущего управления.

Единоличный исполнительный орган воплощается в лице генерального директора. Менеджеры заинтересованы в получении заработной платы, в системе опционов, продлении договоров. Данная заинтересованность является косвенной в развитии компании, удовлетворении прав акционеров, и отражает личные интересы.

Кредиторы не являются органами компании, но заинтересованы в развитии доходности также как органы управления. Ими часто выступают банки.

Работники – это объекты корпоративных отношений, подчиняющиеся менеджерам компании. Заинтересованность проявляется в получении гарантированной заработной платы, стабильности компании, сохранении рабочих мест, карьере, повышении уровня жизнедеятельности.

Поставщики не являются элементом корпоративного управления, являясь лишь элементом корпоративных отношений. Заинтересованность в повышении платежеспособности компаний, удорожании поставляемых товаров и услуг для компаний.

Потребители представляются в виде важного звена, играющего основную роль, проявляющуюся в конечном потреблении товаров и услуг. Миссия направлена на конечного потребителя, который заинтересован в повышении качества, снижении стоимости товаров и услуг.

Собственность, в акционерных обществах - акция выступает элементом корпоративных отношений.

Акция – это доля собственности компании, которая отображает отношение между владельцем и управлением. Здесь акция выступает в роли объекта, владелец и управление в роли субъекта корпоративных отношений. Владелец доли собственности компании не может отозвать эту долю в виде имущества, лишь может продать акции, тем самым возвратить стоимость своего капитала.

Самостоятельная организация выступает субъектом корпоративных отношений в корпоративных структурах.

Специфическим элементом корпоративных отношений являются конкуренты, их относят к внешней среде компании. Данный элемент по отношению к компании носит в себе два характера: позитивный и негативный. Первый отражает улучшение качества продукции, удовлетворяя спрос конечного потребителя,двигает научно технический прогресс. Негативный характер увеличивает расходы на повышении эффективности компании, производит борьбу за потребителя, иногда приводит к несовершенной конкуренции.

Конкуренция для потребителя как участника корпоративных отношений характеризуется позитивно, предоставляя возможность выбора. Потребитель заинтересован в повышении качества товара, снижении стоимости конкурентных товаров, повышении количества прямых и косвенных конкурентов.

Конкуренты стремятся к удовлетворению потребительского спроса в определенном сегменте, развитии направления бизнеса, выполнению и расширению планов, привлечения внимания и удовлетворения потребителей других компаний.

Радикальная заинтересованность конкурента отображается в банкротстве компании, и создании олигополии. Вследствие, банкротства конкурент может создать монополию. Оба заинтересованных случая носят негативный характер для социума и развития социально-экономических отношений.

### Литература:

- 1) Асаул А.Н., Павлов В.И., Бескиерь Ф.И., Мышко О.А.. Менеджмент корпорации и корпоративное управление. – СПб.: Гуманистика. – 2006. – 328 с.