***Лекция 1***

***Тема 1. Введение в курс «Теория и практика корпоративного управления»***

***1.1 Сущность корпоративного управления***

***1.2 Корпорация и ее основные признаки***

***1.3 Субъекты корпоративных отношений***

***1.4 Основные условия и причины возникновения корпоративного управления***

***1.1 Сущность корпоративного управления***

**Сущность корпоративного управления** заключается в **деятельности выборных и назначенных органов акционерного общества, направленной на поддержание баланса интересов собственников и менеджеров**.

Также это подход к управлению компанией, обеспечивающий равноправное и справедливое распределение результатов её деятельности между акционерами и другими заинтересованными лицами.

**Основные задачи корпоративного управления**:

* создание и обеспечение эффективного механизма анализа, текущего и стратегического управления, принятия управленческих решений и контроля за деятельностью общества;
* обеспечение одинакового и справедливого отношения ко всем акционерам и возможности всем акционерам использовать эффективные способы защиты в случае нарушения их прав;
* балансирование интересов акционеров, менеджеров, работников, клиентов, партнёров.

**Корпоративное управление осуществляется** общим собранием акционеров, Наблюдательным советом (Советом директоров), правлением и ревизионной комиссией и решает правовые, финансовые, маркетинговые, кадровые и организационно-технические вопросы деятельности акционерного общества.

**Корпоративное управление** — это система управления и контроля над компанией, имеющая обязательную структуру.

В системе должно существовать распределение прав и обязанностей между участниками корпоративных отношений (руководство, акционеры и другие лица) и четкие правила для принятия решений.

**Основные элементы корпоративного управления:**

1. Сформированная система управления компанией и контроля за ее деятельностью.
2. Структура, определяющая распределение прав и обязанностей между участниками корпоративного управления.
3. Правила принятия решений, рамки для достижения целей и контроля над результатами работы компании.

Корпоративное управление формулирует единые «правила игры», стабилизирует процесс управления, способствует росту доверия к компании со стороны потенциальных инвесторов, государственных органов и других заинтересованных лиц.

**К функциям корпоративного управления относятся:**

1. Формирование целей корпорации, её миссии и стратегии.
2. Планирование.
3. Организация.
4. Координирование.
5. Мотивация.
6. Контроль.

Все перечисленные функции корпоративного менеджмента взаимоувязаны и переходят одна в другую, образуя управленческий цикл.

**Корпоративное** **управление** состоит из руководящих **принципов**, которые компания применяет для **управления** всей своей деятельностью, от выплаты компенсаций, **управления** рисками и обращения с сотрудниками до сообщения о недобросовестной практике, решения проблем, связанных с воздействием на климат, и многого другого.

Основными **принципами** **корпоративного** **управления** **являются:**

* подотчетность,
* прозрачность,
* справедливость,
* ответственность,
* **управление** рисками.

**Для кого и чего предназначено корпоративное управление?**

Корпоративное управление (corporate management) существует для того чтобы **обеспечить устойчивое развитие организации, защитить интересы ее акционеров и других заинтересованных сторон, а также сделать процесс ведения бизнеса прозрачным**.

Наличие эффективного корпоративного управления — огромное преимущество для компаний, поскольку оно предполагает ориентирование на долгосрочный результат, а не на краткосрочный заработок в моменте.

**Хорошее корпоративное управление может предложить организациям ряд важных преимуществ, в том числе:**

1. Улучшение организационной стратегии и планов.
2. Повышение операционной эффективности.
3. Улучшенное управление проектом и доставка.
4. Более разумное соблюдение нормативных требований, управление финансами и рисками.
5. Улучшенная вовлеченность участников и заинтересованных сторон / сотрудников и распространение информации.
6. Повышенная активность, которую организация может задействовать для выполнить для выполнения своих целей и задач.

***1.2 Корпорация и ее основные признаки***

Корпорация представляет собой **коммерческую организацию, получившую статус юридического лица в результате государственной регистрации**; организацию, основанную, прежде всего, на объединенных капиталах (добровольных взносах) для осуществления определенной социально полезной деятельности, в которой собственность отделена от управления.

**Корпорация** — это организация бизнеса, основанная на долевой собственности и раздельной функции собственника и управления.

**Основные признаки корпорации**:

* **Правовой признак**. Корпорация, будучи самостоятельным юридическим лицом, обеспечивает своим участникам ограниченную ответственность, непрерывность существования и возможность участия в управлении через членство и голосование.
* **Экономический признак**. Включает уставный (складочный) капитал, условия распределения прибыли и дивиденды, строгую финансовую отчётность, обязательный аудит и возможность привлечения инвестиций.
* **Организационный признак**. Представлен в виде сложной организационной структуры, общего собрания участников, внутренней политики и системы внутреннего финансового контроля.
* **Социальный признак**. Включает корпоративную социальную ответственность, культуру и взаимодействие с внешними и внутренними заинтересованными сторонами.

В зависимости от специфики и формы деятельности (коммерческие или некоммерческие фирмы) признаки корпорации могут изменяться.

**Корпорация** — это крупное объединение лиц и капиталов, образованное с целью экономической деятельности в определённой сфере рынка.

**Характерные отличительные черты корпорации:**

1. Присутствие совета директоров.
2. Коллективная собственность.
3. Самоуправление.
4. Наличие концепции маркетинга.
5. Незначительная ответственность.
6. Абсолютная правовая независимость корпорации по отношению к её владельцам.

**В российском законодательстве к органам Корпорации относятся:**

1. Высший орган управления (Общее собрание участников или акционеров)
2. Коллегиальный орган управления (Совет директоров или Наблюдательный совет. Совет директоров, наблюдательный совет. В России это синонимы)
3. Коллегиальный исполнительный орган (Правление, Дирекция)
4. Контрольный орган (Ревизионная комиссия, Ревизор)

**Генеральный директор** – это самый главный руководитель организации, лицо наёмное, но в некоторых случаях может быть назначено (избрано) из числа учредителей (акционеров и т.п.). У него в подчинении находятся все остальные ответственные штатные и внештатные работники. Он имеет право первой подписи на всех финансовых документах, а так же действует на основании Устава без доверенности по всем вопросам, касающимся предприятия.

**Недостатки корпорации**

* Недостатки корпораций:
* Различия между функциями собственности и контроля
* Необходимость периодической отчетности в органах массовой информации
* Высокая конкуренция
* Повышенные требования к регистрации и ведения отчетности
* Высокий уровень налогообложения, наянисть двойного налогообложения (подоходный прибыль из акционеров, налог на прибыль с корпорации)

**Виды корпораций:**

***Государственная корпорация*** – компания, акции которой могут быть открыты для общественности. Это позволяет инвесторам покупать акции корпорации.

***Частная корпорация*** – компания, акции которой не являются общедоступными.

**Виды государственных корпораций**

Можно выделить следующие основные виды (модели) государственных корпораций:

* Финансовые институты развития
* Агенты
* Правительства, операторы по выполнению отдельных функций государственных органов управления
* Квази-холдинги (конгломераты)
* Квази-министерства

**Виды корпораций по статье 65.1.**

Статья 65.1 ГК РФ в числе **корпоративных** **юридических** **лиц** называет – хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйственные партнерства, производственные и потребительские кооперативы, общественные **организации**, общественные движения, ассоциации (союзы), товарищества собственников недвижимости, казачьи общества, внесенные в государственный реестр казачьих обществ в Российской Федерации, а также общины коренных малочисленных народов Российской Федерации.

**Виды корпораций в России**

Корпорации здесь бывают четырех видов:

1. **публичные,**
2. **квазипубличные,**
3. **предпринимательские,**
4. **непредпринимательские**.

К публичным относятся государственные и муниципальные органы.

К квазипубличным - корпорации, служащие общим нуждам населения.

Предпринимательские преследуют в качестве основной цели извлечение прибыли и сравнимы с акционерными обществами в странах континентальной системы права.

Вот некоторые крупнейшие российские корпорации по версии Forbes:

1. «Сбербанк России».
2. «Роснефть».
3. «Сургутнефтегаз».
4. «Газпром».
5. «Норникель».
6. «Лукойл».
7. «Транснефть».
8. «Новатэк».
9. «Банк ВТБ».
10. «Татнефть».

*Список составлен на основе рейтинга Forbes Global 2000.*

Промышленные корпорации идут достаточно близко друг к другу. Они обладают более развитой сетью разнопрофильных дочерних предприятий, чем другие отрасли, что делает их инновационную деятельность достаточно обширной.

***1.3 Субъекты корпоративных отношений***

**Субъектами корпоративных отношений выступают**:

* **Индивиды и группы лиц**. Они могут выступать в качестве собственников (акционеров), управляющих или работников корпорации.
* **Предприятия и фирмы**. На этом уровне участниками корпоративных отношений могут являться партнёры, поставщики или покупатели корпорации, которые сохраняют хозяйственную независимость, но могут экономически или финансово зависеть от деятельности корпорации.
* **Общественные организации**. Участниками отношений выступают, с одной стороны, сама корпорация как хозяйствующий субъект, с другой — общественные организации, заинтересованные во взаимодействии с корпорацией: профсоюзы, благотворительные фонды, ассоциации.
* **Государство**. На этом уровне происходит взаимодействие государственных органов и корпорации. Корпорации во взаимоотношениях с государством преследуют цели лоббирования своих интересов в органах власти, получения доступа к государственным ресурсам, обеспечения монопольного положения или стратегических преимуществ перед другими участниками хозяйственной деятельности.

**Субъекты** **корпоративного** **управления** – органы **управления** и (или) должностные лица корпорации, которые в силу возложенных на них полномочий, **являясь** стороной управленческих отношений, осуществляют целенаправленное воздействие на объект **корпоративного** **управления**. Следует уточнить, что "**субъекты корпоративных** правоотношений" и "**субъекты** **корпоративного** **управления**" – это различные понятия.

**Кто же является субъектом корпоративных правоотношений?**

Субъекты корпоративных правоотношений – это **субъекты конкретных отношений, имеющие предусмотренные корпоративными нормами права и наделенные в соответствии с этими нормами правами и обязанностями**.

Субъекты корпоративных правоотношений должны обладать правосубъектностью. Правосубъектность означает способность определенного лица выступать в качестве субъекта корпоративного права РФ и участника корпоративных правоотношений.

**Субъектов корпоративного управления можно разделить на две группы**:

1. **Внутренние**. К ним относятся учредители, акционеры, органы управления корпорацией и топ-менеджмент компании. Они играют ключевую роль в процессе принятия решений и контроля за деятельностью фирмы.
2. **Внешние**. Это стороны, не входящие в компанию, но влияющие на корпоративное управление. К ним относятся государство, кредиторы, контрагенты, клиенты и поставщики.

**Некоторые другие субъекты корпоративного управления**:

* **Органы государственной власти и местного самоуправления**. Они заинтересованы в своевременном поступлении налогов, охране окружающей среды, поддержании уровня занятости, решении социальных проблем.
* **Аффилированные лица**. Это физические и юридические лица, которые могут оказать влияние на корпорацию и её участников.

***1.4 Основные условия и причины возникновения корпоративного управления***

Основные условия возникновения корпоративного управления включают **возникновение акционерной формы собственности и необходимость выработки системы взаимоотношений между наемными менеджерами и владельцами бизнеса**.

Также к предпосылкам к построению системы корпоративного управления могут относиться **реорганизация, изменение масштабов бизнеса, появление филиалов, решение привлечь инвестиции и другие факторы**.

Корпоративное управление сформировалось как объективная необходимость ведения крупного бизнеса. Естественно, что этому предшествовал длительный эволюционный процесс становления корпораций. На определенном этапе международное сообщество было вынуждено прибегнуть к выработке единых норм и стандартов, позволяющих упростить и унифицировать процессы управления корпоративными структурами не зависимо от их местоположения.

Анализируя общемировые тенденции становления корпораций специалисты выделяют три основных этапа. Каждый этап отражает существенные черты корпораций сформировавшиеся в обществе на тот период времени.

В начале ХХ-го столетия, корпорации появившиеся в ходе промышленной революции, воспринимались как имущество их владельцев. Считалось, что они служат исключительно цели обеспечения адекватной отдачи на вложенные в них средства. Корпорация рассматривалась как **машина**, работники и управляющие являлись частями этой машины. В этот период господствует механистическая модель управления. Для данного этапа были характерны следующие условия:

* владелец обладает неограниченной властью над работниками и распоряжается ими по своему усмотрению;
* уровень квалификации работников очень низкий и нет стимулов для совершенствования;
* уровень образования и запросов очень низкий, так как постоянно давлеет угроза экономических лишений связанных с безработицей.

Данный этап экономического развития нашел отражение в следующих теоретических разработках, которые составили базис теоретических основ корпоративного управления.

*Теоретические основы корпоративного управления* вбирают в себя элементы управления фирмой и моделируют возможные тенденции развития фирмы до уровня многопрофильного крупного бизнеса, с определенной организационной структурой производства и управления.