

УДК 316.354:351/354

## К ПОНЯТИЮ «КОРПОРАЦИЯ» В МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

© Инесса Юрьевна ЧЕЛЕНКОВА

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург,  
Российская Федерация, аспирант, кафедра социального управления  
и планирования, e-mail: inessa\_2407@mail.ru

Рассматривается проблема генезиса понятия «корпорация» на основе комплексного подхода. Представлены концепции, раскрывающие появление новых смыслов в понятии «корпорация». Показана значимость социологической методологии для практики корпоративной деятельности и корпоративного управления.

*Ключевые слова:* корпорация; юридическое лицо; акционерное общество; собственник; сетевая организация; капитал; заинтересованные лица; корпоративное управление.

«Корпорация» является одним из исходных понятий, с которого начинаются исследования в области развития корпоративного сектора и корпоративного управления в современной России. Право, экономика, философия, социология и другие науки обращаются к терминологии, изучают генезис сложного, трудноуловимого социального феномена.

В истории права корпорацию связывают с латинским термином «*corpus habere*», обозначающим права юридического лица, действующим независимо от составляющих его физических лиц. Право «юридического лица» стало признаваться за частными союзами в Римской империи. Их существенными признаками были: имущественная обособленность, самостоятельная ответственность по своим долгам, возможность для корпорации вступать в правоотношения со своими участ-

никами, а также выступать в качестве истца и ответчика в суде. В постримскую эпоху утвердилось понимание «юридического лица» (корпорация) как искусственно (фиктивное – *facta*) созданное правовое лицо по решению властей. Некоторые современные правовые системы (США) включают в себя «фиктивные» характеристики корпорации типа: «искусственное образование», «юридическая личность, представляющая собой обыкновенно соединение многих индивидуумов». Во второй половине XIX в. О. Гирке уточняет понятие «юридическое лицо», предложив концепцию «союзных лиц (личностей)». В соответствии с ней, корпорация не искусственное, а реальное собирательное или составное лицо, отличное от суммы связанных индивидов, которое может быть субъектом прав и обязанностей. В россий-

ской доктрине XIX в. термин «корпорация» использовался как родовое понятие для группы юридических лиц, внутри которой выделялись два вида корпораций: публичные (например, дворянское собрание) и частные (акционерные товарищества). Усложняющиеся хозяйственные связи привели к коррекции понятия корпорации. На смену объединению лиц формируется новое юридическое (моральное) лицо, созданное объединением лиц.

Исследователи отмечают, что терминология и дефиниции «корпорации» как юридического лица связаны с национальными особенностями. Ю. Литвинов обращает внимание на целый ряд «тонкостей» смыслового содержания «корпорации» в корпоративном праве Англии и США. В Англии термин «корпорация» – то же самое, что понятие «юридическое лицо», однако в праве Англии предпочитают применять термин *body corporate*, т. к. это словосочетание используется в *Companies Acts* (законах о компаниях) Англии. В США под корпорацией (в узком смысле) понимают коммерческую, предпринимательскую организацию (*business corporation*). Ее основными видами являются *public (publicly held) corporation* и *close (closely held) corporation*. Первая форма – аналог российского открытого акционерного общества, вторая, соответственно, закрытого акционерного общества [1, с. 80]. В современной России организационно-правовые нормы «корпорации» были внедрены на базе американских институциональных норм права и в таком смысле чаще всего используются в судебной системе.

О. Макарова отмечает, что процесс монополизации мирового хозяйства привел к тому, что «корпорация» стала «рассматриваться как собирательное понятие, под которым понимаются предпринимательские объединения капитала, имеющие различные организационно-правовые формы. В узком смысле под корпорацией понимаются такие формы предпринимательского объединения капитала, как акционерное общество и его модификации» [2, с. 5].

Акционерные общества явились организационно-правовой формой объединения, акционирования капиталов (*kapitalgesellschaft*). В Российском праве кодифицируется деятельность корпоративных образований:

ОАО, ЗАО, ООО, реже ОДО. Универсальным инструментом капитализации и критерием для корпорации остается величина владения акционерным капиталом / «пакетом акций». На его основе действуют правовые нормы, регулирующие внутреннюю деятельность корпорации, а также правила торговли ценными бумагами на фондовом рынке, имеющие свою специфику. В зависимости от того, кто является владельцем «контрольного пакета акций», корпорация рассматривается как частная, иностранная, государственная, смешанная. Однако на современном этапе развития общества этого понимания «корпорации» становится недостаточно.

Акционерная форма связана с проблемами собственности. Экономисты рассматривают несколько действующих моделей собственности хозяйствующих субъектов. В 2001 г. группа исследователей под руководством Т. Долгопятовой проанализировала различную степень консолидации собственности, разнообразие типов доминирующего акционера и выделила четыре модели корпоративного контроля для хозяйствующих субъектов: 1) «частное предприятие» (функции собственников и управляющих совмещены; доминирующий собственник – директор); 2) «коллективная менеджерская собственность» (функции собственников и управляющих совмещены; контрольный пакет акций принадлежит малой группе высших менеджеров); 3) «концентрированное внешнее владение» (функции собственников и управляющих разделены; контрольный пакет акций принадлежит внешнему собственнику); 4) «распыленное владение» (функции собственников и управляющих фактически не разделены). Интенсивные процессы перераспределения акционерной собственности на фоне интеграции привели к тому, что модели с распыленной и умеренно концентрированной собственностью (2 и 4) не выдерживают конкуренции с моделями, основанными на сильной концентрации собственности (1 и 3). В настоящее время «модель частного предприятия – не только следствие сосредоточения акций у директора, но и результат непосредственного участия внешнего доминирующего собственника в управлении (например, бизнес, начатый «с нуля»; покупка приватизированных предприятий, сопровождающаяся заменой прежнего менеджмента). Гра-

ница между моделями 1 или 3 подвижна. Выбор между ними находится в руках доминирующего акционера, который может принять решение о продаже бизнеса, его реорганизации, изменении системы управления» [3; 4].

Различия в темпах и индивидуальные особенности развития акционерных обществ ставят проблему необходимости решения специфических задач для определенных групп предприятий. Для одних предприятий актуальна задача закрепления рыночного характера компании, для других – превращения их из акционерной компании в публичную корпорацию. Для самых продвинутых – превращение в транснациональные компании (ТНК) и глобальные компании (ГК), определяющих лицо российских корпораций.

Соответственно, в обиход хозяйственной деятельности входят уточняющие смыслы понятий: собственник, акционер, корпорация. Некорректным считается традиционное понимание «акционеров» как собственников. Собственник – это владелец контрольного пакета акций. Акционер – это совладелец, участие которого важно в бизнесе не как конкретного лица, а как поставщика капитала, инвестирующего его в корпорацию. Ими являются мажоритарные и миноритарные акционеры, институциональные инвесторы (пенсионные, страховые фонды и пр.), банки, иностранные инвесторы, корпорации как хозяйствующие субъекты, имеющие собственные интересы, и т. п. В. Королев, давая оценку сложившейся коллизии с понятием «собственник», отмечает, что корпорация не имеет собственника в строгом смысле слова. Если собственником считать владельца контрольного пакета, то его выход из бизнеса затруднен по рыночным причинам. Он не может быстро продать весь свой пакет акций через биржу, не рискуя обрушить рынок этих акций. Он вынужден прибегать к сделкам типа слияния или поглощения, что не является стандартными сделками. При распыленной модели – корпорация в строгом смысле не может иметь собственника [5, с. 21].

Требуется уточнение соотношения понятия «корпорация» с применяемой в экономической науке терминологией: «фирма», «организация», «предприятие». Употребление одного термина в различных значениях приводит к «размыванию» его смысла. Особенно это проявляется в российском информацион-

ном пространстве. Д. Плетнев проанализировал терминологическое многоголосие в экономической науке, обыденном и деловом обиходе и пришел к выводу, что понятия «фирма», «организация», «предприятие», «корпорация» едины по своему объекту, но различаются контекстом, в соответствии с которым можно говорить об их автономности. Там, где речь идет о субъекте рыночного взаимодействия, принятии решений о ценах, объемах продаж, ассортименте, уместно говорить о фирме. В работах, посвященных бизнес-единице, производящей товары и услуги, следует употреблять термин «предприятие». Термин «организация» наиболее точно опишет взаимодействие индивидов в иерархической управляемой системе. Когда же исследуется институционально самостоятельная бизнес-единица, состоящая из множества разнообразно взаимодействующих индивидов, принимающая независимые решения, способная к эволюционному развитию, правильно будет использовать термин «корпорация» [6, с. 100].

Корпорация как объект исследования рассматривается в экономической науке, менеджменте как сложноорганизованная организация, представляющая одновременно имущественный комплекс, юридическое лицо, товаропроизводителя. Она может выступать в форме отдельного крупного предприятия или объединения нескольких предприятий; функционировать в форме простого акционерного общества или объединения акционерных обществ. Корпорация представляет собой одну из масштабных форм интеграции компаний на основе объединения акционерных обществ и других сообществ различных сфер деятельности для разработки согласованной политики многопрофильной деятельности. Корпорация является наиболее распространенной формой организации управления крупным производством, объединяющей «дочерние» организации или создаваемой по принципу технологической цепи объединения: разработка – производство – реализация продукции.

В соответствии с теми или иными критериями выделяются определенные виды корпораций, дается их классификация. Б. Мильнер раскрывает специфические характеристики таких видов корпорации, как холдинг, консорциум, конгломерат, картель, синдикат,

трест, кластер, финансово-промышленная группа, ТНК [7]. Хотя существуют другие точки зрения, характеризующие, например, холдинги ФПГ как «корпоративные группы», «бизнес-объединения». На основе критерия «уровень развития корпорации», выделяют действующие на: мировом фондовом рынке; национальном, представленные на Московской межбанковской валютной бирже (ММВБ) + Российской торговой системе (РТС); непубличные корпорации и т. п. Например, при анализе крупных российских компаний («Газпром», РЖД, «Сбербанк России», «Северсталь» и пр.) их характеризуют как интегрированные бизнес-группы (ИБГ) или мета корпорации, влияющие на уровень развития всего народного хозяйства страны.

Можно согласиться с позицией С. Мельникова о том, что «корпорация как юридическое лицо может самостоятельно продавать и покупать, занимать деньги, производить товары и услуги, вступать в контактные отношения; имеет право ограниченной ответственности, в соответствии с которым инвестиции каждого из собственников корпорации ограничены строго определенным размером; как хозяйственная система – это целостный комплекс, а не просто сумма частей (юридических и физических лиц – учредителей и акционеров) со следующими основными признаками: цели, ресурсы, компетенция, управление, структура связей внутри объединения, и, при этом, характеризующийся новым качеством, не присущим составляющим ее элементам» [8, с. 9]. Качественные характеристики в развитии корпорации приобретают все большую значимость.

В развитии современного общества появляются качественно новые черты, вносящие коррективу в понятие «корпорация». Практика показывает, что преимущества получают те компании, которые могут оперативно реагировать на изменения на рынке и адаптироваться к новым условиям в реальном времени, научились менять свою структуру, методы ведения бизнеса, продукцию и услуги. По мнению А. Борисова: «В России значимость нематериальных активов повышения конкурентоспособности организаций растет очень быстро. Поэтому менеджеры компаний все более нуждаются в практических навыках и инструментах для управления интеллектуальным капиталом» [9, с. 222]. Ин-

теллектуальный капитал становится фактором в развитии новой экономики, ибо доходы можно получить от оригинальных идей, технологий и моделей ведения бизнеса. Начали развиваться новые структурные формы корпоративных организаций – «сетевые организации», вовлекающие в свой состав мелкие, средние, крупные организации. А. Разумная отмечает, что эти организации включают устойчивый круг независимых, самостоятельных взаимодействующих фирм с набором различных ресурсов и видов деятельности (административных, производственных, исследовательских, маркетинговых и пр.), которые необходимы для обеспечения деятельности центральной фирмы в определенном сегменте рынка. Специфика сетевых организаций и успех их выживаемости состоит в установлении отношений стратегического партнерства, основанных на отношении доверия, демократически самостоятельно принимаемых решениях сотрудничества, существующих в контексте разделяемых ценностей и ориентированных на исполнение задач команды и достижения, согласованных общими усилиями, целей [10, с. 89-90].

Откликом на новые явления в развитии корпорации явилась книга Дж. Поста, Л. Престона и С. Сакса «Переосмысливание корпорации: менеджмент заинтересованных сторон и организационное богатство» (2002 г.). В ней отмечалось, что современная корпорация выступает центром сети взаимосвязанных элементов, каждый из которых вносит вклад (добровольно или вынужденно) в результаты ее деятельности и ожидает для себя той или иной выгоды (или, по меньшей мере, отсутствия некомпенсируемого ущерба). Ю. Благов, чьи работы посвящены эволюции концепции корпоративной социальной ответственности, считает, что авторы впервые рассматривают систему «заинтересованных сторон» как атрибут корпорации. Каждая из заинтересованных сторон вносит свой вклад в организационное богатство. Организационное богатство представляет собой суммарный показатель способности организации генерировать блага для всех ее заинтересованных сторон в течение длительного периода времени. Таким образом, современная корпорация позиционирует себя в сети заинтересованных сторон, которая обеспечивает ей устойчивую конкурентоспособность и по-

тенциал для генерирования общего для всех богатства, а сеть партнерских межфирменных отношений создает качественную систему корпоративных отношений.

Корпорации соответствует специфическая форма дуалистического корпоративного управления: корпоративный менеджмент и корпоративное управление. С процессами интеграции и диверсификации мирового хозяйства на рубеже XX столетия одновременно осуществлялся переход от классической формы управления (собственность и управление едины) к управлению собственностью профессиональными топ-менеджерами (собственность отделена от управления). В 1932 г. увидела свет классическая работа А. Берли и Г. Минза «Современная корпорация и частная собственность», в которой был поставлен вопрос о разделении собственности и управления и, соответственно, о «власти менеджеров» (менеджеральная революция). В этой связи ряд исследователей отмечает одну из особенностей в развитии корпоративных отношений: «Если в классической капиталистической фирме основная коллизия разворачивается между трудом (наемными работниками) и капиталом (владельцами капитала), то в корпорации на первый план выходит противоречие между менеджментом (менеджерами – специфическим слоем наемных работников) и капиталом (акционерами – поставщиками капитала для фирмы)» [11, с. 8]. С конца 1970-х гг. начался период интенсивных теоретических исследований в области корпоративного управления, которые проводились в рамках неоклассической и неоинституциональной теорий. Базовой для этого времени стала статья М. Дженсена и У. Меклинга, в которой исследователи обратились к основной проблеме корпоративного управления – расхождению интересов между менеджерами и акционерами (агентами и принципалами). В конце 1990-х гг. интерес к проблематике корпоративного управления стимулировался проведением приватизации во многих странах с переходной экономикой, а также выявившимися различиями в *corporate governance* в странах с рыночной экономикой, в частности в России.

Прослеживая эволюцию концепции корпоративного управления в России и за рубежом, исследователи приходят к выводу, что классическое понимание корпоративного

управления как процесса взаимоотношений акционеров и менеджеров перестало соответствовать содержанию «корпорации» и корпоративной деятельности. В современной парадигме корпоративного управления осуществился переход к модели заинтересованных лиц (стейкхолдеров), анализу границ корпорации как коалиции заинтересованных групп, каждая из которых стремится увеличить свое благосостояние и реализовать специфические экономические и социальные интересы в рамках корпорации. В управлении корпораций выделяют уровень собственно корпоративного управления (*corporate governance*) и уровень корпоративного менеджмента (*corporate management*). *Corporate governance* ориентирован, прежде всего, на внешнюю среду компании; разработку стратегии развития корпорации, решение задач устойчивого развития и достижение целей корпорации, обеспечение баланса интересов участников корпоративного управления во имя организационного блага. *Corporate management* связан с внутренней средой организации; эффективностью развития бизнес-процесса в корпорации и созданием качественной системы социального развития трудового коллектива корпорации.

Многоуровневый характер управления в корпорации соответствует ей как сложноорганизованной социальной организации, с динамичной системой взаимоотношений и взаимодействий. Социологический анализ корпоративного управления обращен к изучению, по определению Ю. Хабермаса, «жизненного мира» корпорации с ожиданиями и возможным удовлетворением потребностей, воспринятыми правовыми нормами и неформальными правилами поведения, действующими мировоззренческими установками и ценностями всех основных субъектов корпоративных отношений, достижения качественного уровня корпоративного управления и пр.

Таким образом, понятие «корпорация» и связанные с ней термины – сложные, изменяющиеся, наполненные богатым смыслом определения, имеющие социокультурную специфику. Их генезис включен в историю цивилизационного процесса и взаимосвязан с социально-экономическими отношениями. Корпорации соответствуют атрибутивные признаки: юридическое лицо, акционерное

общество различной кодификации, разнообразие организационных структур, определенные виды собственности, формирующееся корпоративное управление (*corporate governance*) как система сбалансированных интересов субъектов корпоративных отношений.

1. *Литвинов Ю.В.* Сходства и различия между некоторыми терминами права компаний Англии и корпоративного права США // *Мосты*. М., 2008. № 4 (20).
2. *Макарова О.А.* Корпоративное право. М., 2005.
3. *Долгопятова Т.Г.* Модели и механизмы корпоративного контроля в российской промышленности (опыт эмпирического исследования) // *Вопросы экономики*. 2001. № 5.
4. *Долгопятова Т.Г.* Собственность и корпоративный контроль в российских компаниях в условиях активизации интеграционных процессов // *Российский журнал менеджмента*. 2004. № 2.
5. *Королев В.* Корпоративное управление для нового поколения // *Собственник и менеджер: строим эффективный бизнес*. М., 2008.

6. *Плетнев Д.А.* Определение понятия «корпорация»: терминологический дискурс в контексте // *Вестник Челябинского государственного университета. Экономика*. Вып. 18. 2009. № 2(140).
7. *Мильнер Б.З.* Теория организации. М., 2010. Гл. 39-41.
8. *Мельников С.Д.* Проблемы развития корпоративного сектора в условиях трансформационной экономики: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2008.
9. *Борисов А.Ф.* Управление интеллектуальным капиталом как социальная технология // *Вестник СПбГУ. Серия 12. Психология, социология, педагогика*. 2012. Вып. 3.
10. *Разумная А.М.* Теоретические основы формирования сетевого подхода к изучению межфирменных отношений // *Социология и социальная антропология*. 2008. Т. 11. № 4.
11. *Львов Д.С.* Институциональный анализ корпоративной формы предприятия // *Экономическая наука современной России*. 2000. № 3-4.

Поступила в редакцию 1.11.2012 г.

UDC 316.354:351/354

#### ON NOTION "CORPORATION" IN INTERDISCIPLINARY RESEARCHES

Inessa Yuryevna CHELENKOVA, Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation, Post-graduate Student, Social Management and Planning Department, e-mail: inessa\_2407@mail.ru

The problem of genesis of notion "corporation" on the base of complex approach is considered. The conceptions revealing the appearance of new contents in notion "corporation" are presented. The meaning of sociological methodology for practice of corporate activity and corporate management is shown.

*Key words:* corporation; legal entity; joint stock society; owner; network organization; capital; interested parties; corporation management.