

С.А. Шарапова

Исследование синергии корпоративных отношений

В статье проводится исследование влияния эффекта синергии на корпоративную модель. Формулируется ряд положений об особенностях корпоративного управления, представлена развернутая классификация корпоративных образований. Сформулированы концептуальные основы организационной модели корпоративного управления, рассматриваются различия интересов субъектов корпоративных отношений. Рассматриваются понятие и виды корпоративизма. Разрабатываются содержательные аспекты цикла корпоративного управления.

Ключевые слова: субъекты корпоративных отношений; синергия; вертикально-интегрированные структуры; социальное партнерство; организационная корпоративная модель.

Современная российская экономика характеризуется проблемами глобализации бизнеса, ужесточением конкуренции на рынках товаров, капиталов [14; 23], труда и усложнением информационных связей экономических субъектов.

Трудность реализации идей стратегического и инновационного развития в подобных условиях привела к интеграции капиталов и созданию крупных интегрированных производственных структур (корпораций), что, в свою очередь, вызывает необходимость эффективного управления ими.

В настоящий момент в РФ функционирует более 31 тысячи акционерных обществ, требующих создания эффективного механизма корпоративного управления [8: с. 53].

По оценкам Всемирного банка реконструкции и развития, именно корпоративное управление выступает критическим фактором качества экономического роста всех государств мира. В мировой практике установилась четкая взаимосвязь между качеством управления компанией, фирменным стилем ее работы, с одной стороны, и конкурентоспособностью и эффективностью фирмы — с другой [1; 15]. Очевидно, что проблемы управления на уровне корпоративных формирований отличаются от проблем управления одной организацией.

Существует целый ряд определений понятия «корпорация», базирующихся в основном на законодательном поле США и развитых стран Западной Европы [12: с. 26].

Корпорация — (от *новолат.* corporatio — объединение) — наиболее распространенная в современной экономике и функционирующая на постоянной основе форма управления крупномасштабным производством, имеющим

многоцелевую направленность, основанная на совместном участии в деятельности и на ограниченной (обычно стоимостным вкладом в создание и последующую деятельность) ответственности участников [11: с. 418].

Данное определение является наиболее универсальным. Однако законодательства различных стран закрепляют наличие своих особенных критериев.

Тем не менее в большинстве стран основными признаками корпорации являются [10: с. 24; 22: с. 87]: статус юридического лица, долевая собственность, ограниченная ответственность, свободная передача акций, развитая (как правило, принадлежащая адаптивному типу) организационная структура, высокая степень диверсификации и широкий диапазон видов деятельности (система стратегических единиц бизнеса и стратегических зон хозяйствования), развитая система хозяйственных связей, профессиональное многоуровневое управление.

Исследования некоторых авторов расширяют перечень признаков корпоративной системы управления в сторону международной деловой и инвестиционной практики корпораций [16: с. 55]: существование единого управляющего органа и крупных зарубежных и региональных подразделений; сложно-организованный имущественный комплекс; существенная доля экспортных хозяйственных операций в выручке организации; наличие консолидированной финансовой и управленческой отчетности; регулярная публикация отчетности о выполнении кодексов корпоративного поведения; значительная численность персонала управляющего подразделения (обычно свыше одной тысячи человек); осуществление удаленной информационной поддержки бизнеса; регулярное участие акций компании в биржевых торгах (включение в национальный листинг и кросс-листинг); информационная прозрачность организации для деловых партнеров; высокая ответственность за производимую продукцию перед потребителями; повышенное внимание к правовым, экологическим и другим проблемам охватываемых регионов [2; 5].

Современный состав российских корпораций представлен следующими четырьмя типовыми формами [21: с. 174]:

1. Крупные акционерные компании, основу которых составляют жизнеобеспечивающие региональные предприятия и крупный банковский капитал, находящиеся под правовым и имущественным контролем государства.

2. Вертикально интегрированные корпорации предприятий добывающих и перерабатывающих отраслей, созданные в результате передачи государственной собственности частным структурам.

3. Промышленные и торгово-промышленные организации, возникшие на основе развития производственных предприятий.

4. Банковские холдинги, владеющие пакетами акций промышленных предприятий.

Поскольку в российском Гражданском кодексе понятие «корпорация» юридически не закреплено, имеет место двойная трактовка данного понятия.

В деловой практике РФ наиболее близким термином, аналогичным термину «корпорация», можно считать понятие «компания».

Исследователи данного понятия, опираясь на одни признаки, относят к корпорациям все хозяйствующие субъекты, являющиеся коммерческими организациями, основанными на долевом участии их членов, а по другим — только публичные акционерные общества [10: с. 7].

Можно заметить, что понятие корпорации в условиях РФ в последние годы приобретает еще одну исключительную черту: оно используется для обозначения интегрирующего субъекта управления, образованного несколькими экономически и юридически самостоятельными лицами, каждое из которых, как правило, связано с остальными общими коммерческими целями, рыночными интересами, партнерскими отношениями в рамках их логистических циклов и нередко общей организационной структурой управления.

Таким образом, российские корпорации могут быть как самостоятельными акционерными компаниями, так и являться одним из пяти типов надфирменных образований.

Несмотря на незначительное количество корпораций в современных экономических условиях (оно не превышает 20 % от числа всех юридических лиц), корпорациями создается основная часть валового внутреннего продукта практически во всех развитых государствах (например, в США до 90 % ВВП) [13: с. 135].

Существуют различные виды корпораций, которые можно классифицировать по следующим признакам [12: с. 34; 13: с. 17–18]:

1. По форме собственности: государственные, частные (где большинство акций принадлежит одному владельцу или их небольшой группе), смешанные (при значительном участии государства).

2. По организационно-правовой основе: публичные акционерные общества, а также общества с ограниченной и дополнительной ответственностью.

3. По сфере деятельности: финансовые, торговые, торгово-финансовые, промышленные (среди которых наиболее распространены сырьевые, агропромышленные [17], машиностроительные и т. п.), финансово-промышленные, финансово-медийные.

4. По масштабам хозяйственных связей и рыночной экспансии: глобальные, международные, межрегиональные, региональные, локальные.

5. По форме построения внутренних взаимоотношений между участниками: распределенные холдинги, во главе которых стоит сеть аффилированных лиц; этархии, основанные на перекрестном владении акциями; классические холдинги, имеющие материнское и дочерние общества; неохолдинги, отличающиеся от классических официальным закреплением разного рода правовых, экономических, хозяйственных и политических отношений между головной организацией и всеми участниками.

6. По продолжительности существования: бессрочные, временные (краткосрочные и долгосрочные).

7. По типу интеграции: вертикально-интегрированные, горизонтально-интегрированные, радиально-интегрированные, с кольцевой интеграцией.

8. По отраслевой мощи: крупнейшие — включают в себя до двух — пяти десятков отраслей; крупные — предприятиям принадлежат до десятка отраслей; средние — состоят в нескольких отраслях; небольшие — полностью принадлежат одной отрасли.

9. По степени официальной закреплённости: компании, зарегистрированные в соответствующих государственных и правительственных органах; организации, имеющие только договорные отношения (письменные и устные).

10. По рыночному положению: монополистические, олигополистические, монополистически конкурентные.

11. По национальной принадлежности: национальные — ряд производств расположен в одной стране; транснациональные (ТНК) — включают в себя производства, территориально находящиеся в разных странах; многонациональные — производства значительным образом адаптированы под особенности страны.

12. По способу организации управленческих связей: преимущественно вертикально-интегрированные компании; компании, имеющие высокоразвитые горизонтальные связи (в виде логистических и технологических цепей [7], управляемых интегрированной командой специалистов, а также имеющие значительное количество общих финансовых, маркетинговых, юридических и иных подразделений).

13. По основному типу клиентоориентированности: рыночные, нерыночные.

Рыночные корпорации ориентированы на максимизацию прибыли, рыночную и территориальную экспансию [26]. Значительную их часть составляют индустриальные корпорации, функционирующие в традиционных отраслях. Они предполагают использование обычных работников, успешность их функционирования определяется в основном усилиями собственников и менеджеров, присутствует единство организации, основой которого служит административная и материальная зависимость субъектов [25].

Рыночные корпорации, как правило, функционируют в инновационной и интеллектуальной сферах, используют большое количество специалистов, которые в значительной мере, наряду с менеджерами и собственниками, определяют успех корпорации. Единство обеспечивается в большей степени культурными нормами и в меньшей — материальной зависимостью¹.

Креативные корпорации основаны на партнерстве творческих личностей, единстве их стремлений и ценностных установок; интересы собственников нередко выходят за рамки экономической целесообразности проектов; менеджеры и специалисты не следуют текущей рыночной ситуации, а сами воздействуют на нее, разрабатывая и регулярно выпуская на рынок принципиально новые продукты и услуги [19].

¹ Материалы конференции «Корпоративное управление: актуальные задачи и практические решения». — URL: http://www.ex.ru/actions/conferences/corporate_manag/doklad_masiutin.shtml

Нерыночные корпоративные формирования часто иерархичны, исключены из конкурентной борьбы по разным причинам, ориентированы строго на достижение целей, а не на прибыльность; слабовосприимчивы к НТП, стремятся к количественным успехам в узких сферах деятельности за счет значительных инвестиций [24].

Иной подход к классификации корпоративных структур предложен в Классификаторе институциональных единиц по секторам экономики (КИЕС). Основанные на принципах данной классификации и наиболее часто используемые в практической деятельности российских предприятий подходы классифицирования по секторам экономики представляется возможным совместить с иными действующими в настоящий момент общероссийскими классификаторами: Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД), Общероссийским классификатором организационно-правовых форм (ОКОПФ), Общероссийским классификатором форм собственности (ОКФС)².

Из вышеприведенного можно сделать вывод, что понятие корпорации связано с понятием акционирования, определяемого как распределение акций между учредителями организации или ее инвесторами пропорционально их вкладам, а также с понятием корпоративизма, то есть системы совместной деятельности под управлением объединенной профессиональной организации работодателей или наемных работников.

Рассматривая подробнее специфику корпоративизма, можно отметить, что он представляет собой не простое производное от понятия «корпорация»: это устойчивая система взаимосвязанных интересов и построенная на взаимовыгодных для участвующих сторон условиях система корпоративных отношений «консультация – соглашение – обязательство» по основным принципиальным для развития социально-экономическим, политическим и правовым вопросам. Одним из видов корпоративизма может являться социальное партнерство, основанное не только на простом согласовании позиций его субъектов, но и на принятии равноответственных обязательств по их исполнению.

Особенностью современных российских корпораций является и то, что они находятся в постоянном поиске доверительных отношений с аффилированными лицами, общественностью и партнерами [18].

Обобщив различные точки зрения по поводу современной трактовки понятия «корпоративизм», можно прийти к выводу, что целесообразно выделить следующие виды корпоративизма³:

² Доклад по проекту «Корпоративное управление в России: события, мнения инвесторов». – URL: <http://www.raexpert.ru/researches/corporate1/corporate.pdf>

³ Материалы международной конференции «Корпоративное управление и экономический рост в России». – URL: <http://www.nccg.ru/site.xp/049056056050124.html>

- бюрократический корпоративизм — это негативная его форма, при которой компания навязывает свои интересы органам местной власти, деловым партнерам и клиентам под видом общих или даже общенациональных;
- позитивный корпоративизм — это форма достижения согласованного на общих интересах участников соглашения о социальном или ином виде партнерства на взаимовыгодных условиях при обязательном соблюдении «баланса интересов» всех его участников;
- административный корпоративизм — это форма представительства деловых структур, общественных движений, профессиональных союзов, объединений консультативных учреждений и других на уровне исполнительной власти;
- демократический корпоративизм — это форма представительства интересов на принципах плюрализма и компромисса, реализуемая наиболее успешно в случае отсутствия в данный момент доминирующих социальных групп;
- тоталитарный корпоративизм — это форма монопольного представительства интересов одной или нескольких социальных групп или установления жесткого авторитарного порядка;

Таким образом, обобщая значение термина «корпорация», можно определить ее как организацию, созданную для преимущественной защиты интересов ее членов. Это позволяет сформулировать основную функцию корпоративного подхода к управлению: обеспечение деятельности корпорации в интересах ее акционеров, основной функцией которых является предоставление корпорации финансовых ресурсов в обмен на участие в управлении и отдачу на вложенные средства.

Корпоративное управление — это управление, построенное на приоритетной реализации интересов и прав акционеров и предусматривающее взаимодействие акционеров для формирования стратегии общекорпоративного развития.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что корпоративное управление является особым, достаточно сложно реализуемым и контролируемым типом управления.

Эффективное функционирование корпорации предполагает наличие в ней системы корпоративного управления.

Система корпоративного управления — это система взаимодействия акционеров (общего собрания акционеров), совета директоров, менеджеров разных уровней управления и прочих заинтересованных сторон (сотрудников, деловых партнеров, местных властей, общественных организаций), целью которой является рост финансовых показателей и рыночных параметров при обязательном соблюдении действующего законодательства и с учетом международных, национальных, региональных и местных стандартов и норм деловой практики [3; 27].

Организационная модель, с помощью которой корпорация должна представлять и защищать интересы своих акционеров изображена на рисунке 1.

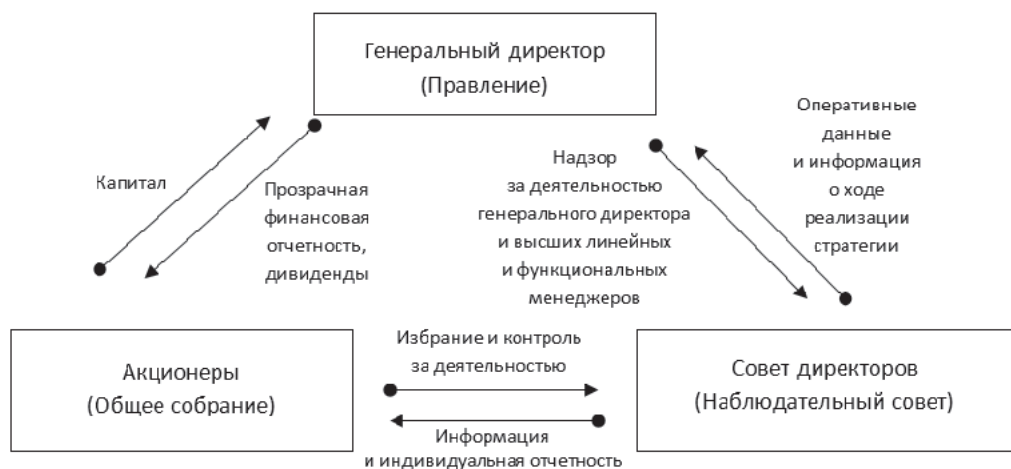


Рис. 1. Схема системы корпоративного управления

Потоки в данной системе распределены следующим образом. От акционеров к Генеральному директору (Правлению) поступают финансовые средства для развития. На Генерального директора (Правление) возлагается обязанность предоставлять акционерам своевременную и полную финансовую отчетность [4], обеспечивать информационную прозрачность для реализации их права голоса при организации управления, а также выделять часть полученной за отчетный период прибыли в виде дивидендов.

От акционеров исходит окончательное решение об избрании Совета директоров и Генерального директора, поддержке или отклонении крупных корпоративных сделок и контроль за деятельностью Совета директоров. Совет директоров, в свою очередь, предоставляет индивидуальную отчетность и информацию всем акционерам.

Генеральный директор (Правление) аккумулируют оперативные данные и информацию об основных этапах реализации стратегии, передают ее Совету директоров, а он в свою очередь осуществляет контроль за деятельностью Генерального директора, высших, функциональных и линейных руководителей.

Различия интересов основных групп субъектов корпоративных отношений приведены в таблице 1 [13: с. 67–68].

Таблица 1

Различия интересов основных групп субъектов корпоративных отношений

Субъект отношений	Приоритетные интересы субъекта отношений
Акционеры	- Получение части прибыли компании в виде дивидендов, которая остается после расчетов по ее обязательствам; - возможность получить прибыль от продажи акций компании в случае высокого уровня ее котировок;

Субъект отношений	Приоритетные интересы субъекта отношений
	– заинтересованность в поддержке решений, которые ведут к высоким прибылям компании, даже при условии их высокой рискованности; – диверсификация своих инвестиций среди нескольких компаний; – нет непосредственного взаимодействия с менеджерами компании и другими заинтересованными группами; – возможность воздействовать на управление компанией двумя способами: с ограничениями — при проведении общего собрания акционеров посредством поддержания кандидатур и решений Совета директоров в отношении деятельности организации; без ограничений — путем продажи принадлежащих им акций, оказывая тем самым существенное коллективное воздействие на рыночный курс акций, а также создавая возможность поглощения компании структурами, недружественными настоящей власти
Менеджеры	– Получение основной части своего вознаграждения в виде фиксированной зарплаты (в то время как остальные формы вознаграждения существенной роли могут не играть); – заинтересованность прежде всего в прочности всего положения; – склонность к балансированию между риском и итоговой прибылью (многочисленные попытки привязать вознаграждение менеджеров к дивидендам на акции их компаний или курсу акций не меняют в корне данную пропорцию); – концентрация своих усилий прежде всего в компании, где они работают; – заинтересованность в устойчивости компании и снижении опасности воздействия непредвиденных обстоятельств (например, финансировании деятельности компании преимущественно за счет нераспределенной прибыли, а не внешнего долга); – зависимость от акционеров, представленных Советом директоров, и заинтересованность в продлении своих контрактов на работу в компании; – непосредственное взаимодействие с большим числом групп, проявляющих интерес к деятельности компании (кредиторы, региональные и местные власти, поставщики и дистрибьюторы)
Кредиторы	– Получение прибыли компании, уровень которой зафиксирован в договоре между ними и компанией; – заинтересованность в устойчивости компании и гарантиях возврата предоставленных средств; – отсутствие желания поддерживать решения, обеспечивающие высокую прибыль, но сопряженные с высоким риском
Служащие компании	– Заинтересованность в устойчивости компании при сохранении собственных рабочих мест

Субъект отношений	Приоритетные интересы субъекта отношений
Поставщики, дистрибьюторы	– Заинтересованность в устойчивости компании, а также взаимовыгодном сотрудничестве с компанией (продлении договоров на закупки, поставки, обслуживание и т. п.)
Местные власти	– Заинтересованность в устойчивости компании и ее участие фондах налоговых отчислений [6], создание дополнительных рабочих мест в регионе

Всех вышеперечисленных заинтересованных в деятельности корпорации основных субъектов корпоративных отношений, способных существенно влиять на ее деятельность, называют аффилированными лицами.

Содержательная часть корпоративного управления может быть определена как внутренняя система контроля за деятельностью высшего управленческого звена компании от лица ее акционеров, а также от лица иных заинтересованных групп. При этом обязательно учитывается специфика деятельности конкретной организации в зависимости от ее финансовых и рыночных целей, широты хозяйственных связей, региональной направленности, логистических, технологических, правовых и прочих особенностей.

Цикл корпоративного управления можно представить как совокупность следующих этапов (см. рис. 2) [22].

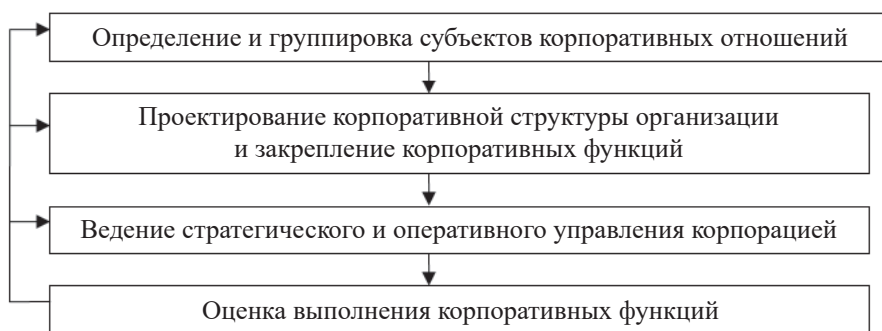


Рис. 2. Цикл корпоративного управления

В зависимости от степени изменений среды и целей субъектов корпоративных отношений возможны различные варианты из трех циклов, представленные на рисунке 3.

Гомеостаз является существенным качеством, благодаря которому живые системы (к которым благодаря участию человеческих ресурсов с уверенностью можно отнести и корпоративные системы управления) выделяются своей пластичностью. Применительно к общей теории управления гомеостаз помогает понять адаптационный механизм самоорганизующихся систем. Благодаря этому свойству корпоративная система управления адаптируется

к изменениям среды либо модифицируя свое поведение, либо реорганизуясь, что позволяет ей находиться по отношению к ним в состоянии динамического равновесия.

При наиболее существенных изменениях, затрагивающих состав и группировку субъектов корпоративного управления, видится целесообразным движение по внешнему циклу корпоративного управления. При изменениях корпоративных связей структуры происходит движение по среднему циклу. В случае, когда в первых двух блоках значительных изменений не происходит, а совершенствуются элементы стратегического и оперативного управления, целесообразно выделять малый цикл корпоративного управления, совпадающий с циклом менеджмента организации [20].

На каждом этапе цикла корпоративного управления конкретной организации может принимать участие различное количество субъектов корпоративных отношений (см. рис. 3).

Так, в процессе формирования групп субъектов корпоративных отношений участвуют все аффилированные субъекты ($Q_{\text{аффил.}}$). При проектировании корпоративной структуры первоначальное число участников сокращается, поскольку на данном этапе задействованы лишь акционеры, члены Совета директоров, высшие линейные и функциональные менеджеры, менеджеры среднего и низшего звеньев управления и сотрудники корпорации. Все эти лица осуществляют стратегическую и оперативную деятельность корпорации, оказывая существенное влияние на информационные и функциональные процессы ($Q_{\text{сущ.}}$) [28].

В свою очередь, поддержанием гомеостаза занимается меньшее количество лиц — как правило, только «пирамида» управления и сотрудники организации, включенные в систему отношений власти ($Q_{\text{вл.}}$).

Корпоративный менеджмент, являясь достаточно новой научной дисциплиной, акцентируется на принципах, методах и инструментах управления деятельностью корпорации в условиях, когда управленческое воздействие осуществляется органом, находящимся вне системы внутренних отношений власти корпорации. Поэтому видится необходимым сформировать такое непосредственное окружение корпорации и подобрать условия деятельности, которые обеспечат требуемые действия исполнителей корпоративной системы управления, а также участие существенных для своевременного и успешного экономического и информационного развития компании партнеров по корпоративным отношениям.

В соответствии с состоянием среды и целевыми намерениями участников системы корпоративного управления можно разделить на активных и пассивных. Активные участники непосредственно включены в систему корпоративного управления и своими действиями способны существенно преобразовывать ее. Пассивные участники могут стать субъектами управления на определенных условиях. При этом прогнозирование момента их активизации и степени их воздействия на корпоративную систему представляет достаточную сложность [9].

Одной из причин этого является наличие эффекта синергии, состоящего в том, что незначительные действия даже одного из участников корпоративных отношений могут вызвать серьезные изменения в системе в целом. Именно этот факт показывает исключительную важность стратегического управления «по слабым сигналам» и оценки стратегического потенциала участников системы корпоративного менеджмента [22].

Таким образом, современный подход к формированию организационной модели корпоративного управления должен учитывать не только формальные признаки корпораций, но и включать условия, которые определяют поведение участников данной модели на различных этапах корпоративного цикла.

Литература

1. *Алексейчева Е.Ю.* Основные пути и факторы повышения конкурентоспособности промышленных предприятий // *Пищевая промышленность*. 2005. № 8. С. 90.
2. *Алексейчева Е.Ю.* Повышение конкурентоспособности региональной экономики // *Пищевая промышленность*. 2005. № 9. С. 58.
3. *Алексейчева Е.Ю.* Современные тенденции развития рынка факторинга в Российской Федерации // *Управление человеческим потенциалом*. 2014. № 1. С. 4–19.
4. *Алексейчева Е.Ю., Бороздина А.В.* Проблемы подготовки нефинансовой отчетности российскими компаниями // *Вестник Московского городского педагогического университета Серия «Экономика»*. 2014. № 2. С. 56–67.
5. *Алексейчева Е.Ю., Еделев Д.А., Магомедов М.Д.* Экономическая география и регионалистика: учебник для бакалавров. М.: Дашков и Ко, 2014.
6. *Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Магомедов М.Д.* Налоги и налогообложение: учебник для бакалавров. М.: Дашков и Ко, 2017.
7. *Алексейчева Е.Ю., Лагода О.Н.* Совершенствование продвижения продукции легкой промышленности. *Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика»*. 2016. № 4 (10). С. 68–72.
8. *Антонов В.Г., Самосудов М.В.* Теоретические проблемы корпоративного управления // *Проблемы теории и практики управления*. 2008. № 5. С. 50–61.
9. *Веселовский М.Я., Шарапова С.А.* Особенности методологического подхода к оценке эффективности функционирования сбытовых каналов страховой компании на рынке промышленного страхования // *Вопросы региональной экономики*. 2013. № 1 (14). С. 69–77.
10. *Веснин В.Р.* Корпоративное управление: учеб. пособие. М.: МГИУ, 2008. 150 с.
11. *Журавин С.Г.* Корпоративное управление: словарь-справочник. М.: Москва; Анкил, 2009. 918 с.
12. *Ключай В.В.* Теория и практика функционирования государственных корпораций в Российской Федерации. М.: Анкил, 2009. 216 с.
13. *Леонтьев Р.Г., Веретенников Н.П., Адаменя А.И., Орлов А.Л.* Отраслевые корпорации и региональный бизнес: интеграция интересов. Науч. издание. М.: ВИНТИ РАН, 2009. 616 с.
14. *Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю.* Импортзамещение: преимущества и недостатки реализации программы для отраслей АПК // *Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика»*. 2017. № 1 (11). С. 8–25.

15. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Проблема повышения конкурентоспособности предприятия // Пищевая промышленность. 2001. № 6. С. 26.
16. Полонский С.Ю. Стратегическое управление прибыльным ростом корпорации с учетом динамики потребительской ценности: автореф. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. СПб., 2007. 32 с.
17. Саркисов Г.И., Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Проблемы государственного регулирования экономических процессов в АПК России // Мир агробизнеса. 2013. № 2. С. 16–20.
18. Шаропова С.А. Информационные потоки в современных корпоративных логистических системах // Вестник МГАДА. Серия «Экономика». 2012. № 2 (14). С. 129–144.
19. Шаропова С.А. Организационный механизм взаимодействия страховой компании и регионального образовательного центра // Экономика и предпринимательство. 2012. № 6. С. 374–377.
20. Шаропова С.А. Основы менеджмента: учеб. пособие. Ч. 1. Принципы и процесс управления организацией. М.: МГАДА, 2007. 95 с.
21. Шаропова С.А. Совершенствование организационной модели корпоративного менеджмента // Вестник МГАДА. Серия «Экономика». 2010. № 2 (2). С. 170–181.
22. Шаропова С.А. Стратегический менеджмент: Разработка и реализация стратегии организации: учеб. пособие. М.: МГАДА, 2007. 123 с.
23. Шаропова С.А. Стратегический подход к организации импортозамещения отечественной промышленной продукции // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2017. № 1 (11), С. 26–32.
24. Шаропова С.А. Страхование как инструмент управления социальными и промышленными рисками // Вестник МГАДА. Серия «Экономика». 2012. № 4 (16). С. 118–130.
25. Шаропова С.А. Теоретические и методологические основы менеджмента страховых процессов: монография. М.: МГАДА, 2012. 167 с.
26. Шаропова С.А. Управление вертикально-интегрированными процессами страхования промышленных рисков: монография. М.: ИТК Дашков и К°, 2012. 252 с.
27. Шаропова С.А. Экономическое и социальное значение системы корпоративного менеджмента // Вестник МГАДА. Серия «Экономика». 2010. № 2 (2). С. 182–192.
28. Шаропова С.А., Соколов Ю.П. Основы страховой деятельности: учеб. пособие. М.: МГИДА, 2002. 179 с.

Literatura

1. Alekseycheva E.Yu. Osnovny'e puti i faktory' povы'sheniya konkurentosposobnosti promы'shlenny'x predpriyatij // Pishhevaya promы'shlennost'. 2005. № 8. S. 90.
2. Alekseycheva E.Yu. Povы'shenie konkurentosposobnosti regional'noj e'konomiki // Pishhevaya promы'shlennost'. 2005. № 9. S. 58.
3. Alekseycheva E.Yu. Sovremennyy'e tendencii razvitiya ry'nka faktoringa v Rossijskoj Federacii // Upravlenie chelovecheskim potencialom. 2014. № 1. S. 4–19.
4. Alekseycheva E.Yu., Borozdina A.V. Problemy' podgotovki nefinansovoj otchetnosti rossijskimi kompaniyami // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta Seriya «E'konomika». 2014. № 2. S. 56–67.
5. Alekseycheva E.Yu., Edelev D.A., Magomedov M.D. E'konomicheskaya geografiya i regionalistika: ucheb. dlya bakalavrov. M.: Dashkov i Ko, 2014.

6. *Aleksejcheva E.Yu., Kulomzina E.Yu., Magomedov M.D.* Nalogi i nalogooblozhenie: uchebnik dlya bakalavrov. M.: Dashkov i Ko, 2017.
7. *Aleksejcheva E.Yu., Lagoda O.N.* Sovershenstvovanie prodvizheniya produkcii legkoj promy'shlennosti // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2016. № 4 (10). S. 68–72.
8. *Antonov V.G., Samosudov M.V.* Teoreticheskie problemy korporativnogo upravleniya // Problemy teorii i praktiki upravleniya. 2008. № 5. S. 50–61.
9. *Veselovskij M.Ya., Sharapova S.A.* Osobennosti metodologicheskogo podhoda k ocenke e'fektivnosti funkcionirovaniya sby'tovy'x kanalov straxovoj kompanii na ry'nke promy'shlennogo straxovaniya // Voprosy regional'noj e'konomiki. 2013. № 1 (14). S. 69–77.
10. *Vesnina V.R.* Korporativnoe upravlenie: ucheb. posobie. M.: MGIU, 2008. 150 s.
11. *Zhuravin S.G.* Korporativnoe upravlenie: slovar'-spravochnik. M.: Moskva; Ankil, 2009. 918 s.
12. *Klochaj V.V.* Teoriya i praktika funkcionirovaniya gosudarstvenny'x korporacij v Rossijskoj Federacii. M.: Ankil, 2009. 216 s.
13. *Leont'ev R.G., Veretennikov N.P., Adamenya A.I., Orlov A.L.* Otrasley'e korporacii i regional'ny'j biznes: integraciya interesov. Nauch. izdanie. M.: VINITI RAN, 2009. 616 s.
14. *Magomedov M.D., Aleksejcheva E.Yu.* Importozameshhenie: preimushhestva i nedostatki realizacii programmy dlya otraslej APK // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2017. № 1 (11). S. 8–25.
15. *Magomedov M.D., Aleksejcheva E.Yu.* Problema povy'sheniya konkurentosposobnosti predpriyatiya // Pishhevaya promy'shlennost'. 2001. № 6. S. 26.
16. *Polonskij S.Yu.* Strategicheskoe upravlenie priby'l'ny'm rostom korporacii s uchetom dinamiki potrebitel'skoj cennosti: avtoref. ... d-ra e'kon. nauk: 08.00.05 Sankt-Peterburg, 2007. 32 s.
17. *Sarkisov G.I., Magomedov M.D., Aleksejcheva E.Yu.* Problemy gosudarstvennogo regulirovaniya e'konomicheskix processov v APK Rossii // Mir agrobiznesa. 2013. № 2. S. 16–20.
18. *Sharapova S.A.* Informacionny'e potoki v sovremenny'x korporativny'x logisticheskix sistemax // Vestnik MGADA. Seriya «E'konomika». 2012. № 2 (14). S. 129–144.
19. *Sharapova S.A.* Organizacionny'j mexanizm vzaimodejstviya straxovoj kompanii i regional'nogo obrazovatel'nogo centra // E'konomika i predprinimatel'stvo. 2012. № 6. S. 374–377.
20. *Sharapova S.A.* Osnovy menedzhmenta: ucheb. posobie. Ch. 1: Principy i process upravleniya organizaciej. M.: MGADA, 2007. 95 s.
21. *Sharapova S.A.* Sovershenstvovanie organizacionnoj modeli korporativnogo menedzhmenta // Vestnik MGADA. Seriya «E'konomika». 2010. № 2 (2). S. 170–181.
22. *Sharapova S.A.* Strategicheskij menedzhment: Razrabotka i realizaciya strategii organizacii: ucheb. posobie. M.: MGADA, 2007. 123 s.
23. *Sharapova S.A.* Strategicheskij podhod k organizacii importozameshheniya otechestvennoj promy'shlennoj produkcii // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya «E'konomika». 2017. № 1 (11). S. 26–32.
24. *Sharapova S.A.* Straxovanie kak instrument upravleniya social'ny'mi i promy'shlennymi riskami // Vestnik MGADA. Seriya «E'konomika». 2012. № 4 (16). S. 118–130.
25. *Sharapova S.A.* Teoreticheskie i metodologicheskie osnovy menedzhmenta straxovy'x processov: monografiya. M.: MGADA, 2012. 167 s.

26. *Sharapova S.A.* Upravlenie vertikal'no-integrirovanny'mi processami straxovaniya promy'shlenny'x riskov: monografiya. M.: ITK Dashkov i Ko, 2012. 252 s.
27. *Sharapova S.A.* E'konomicheskoe i social'noe znachenie sistemy' korporativnogo menedzhmenta // Vestnik MGADA. Seriya «E'konomika». 2010. № 2 (2). S. 182–192.
28. *Sharapova S.A., Sokolov Yu.P.* Osnovy' straxovoj deyatel'nosti: ucheb. posobie. M.: MGIDA, 2002. 179 s.

S.A. Sharapova

The Corporate Relations Synergy Research

This paper presents the study on the impact of synergy on a corporate model. A number of theses on the corporate governance features are formulated, and a detailed corporate entities classification is presented. The conceptual bases of the corporate governance organizational model are formulated, and the differences in interests of corporate relations subjects are examined. The concept and types of corporativizm are considered. The content aspects of corporate governance cycle are developed.

Keywords: subjects of corporate relations; synergy; vertically integrated structures; social partnership; organizational corporate model.