

## ■ ■ ■ Партнерство в системе корпоративных отношений

**Осипов Е.М.**

Московский Государственный Университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** В настоящей статье партнерство рассматривается в системе корпоративных отношений как тот коммуникативный механизм, который способен создать благоприятные условия в сфере социально-трудовых отношений. Утверждается, что взаимодействие социальных субъектов по достижению своих, но взаимопересекающихся интересов присуще не только отношениям партнерства, но и корпоративным отношениям. Социальное партнерство имеет самое непосредственное отношение к корпоративной форме организации труда, где наиболее ярко проявляется потребность в согласовании интересов. Важным условием эффективного развития корпорации являются корпоративные отношения, возникающие между акционерами и менеджерами, которые оказывают влияние на их деятельность. Субъекты корпоративных отношений вступают во взаимодействие по поводу реализации экономических интересов и объединены совместным корпоративным участием. На основе исследования автор делает вывод о том, что именно партнерство создает баланс противоположных интересов путем переговоров и достижения компромисса. Партнерство, таким образом, способствует формированию таких корпоративных отношений, которые приводят в конечном итоге к экономическому росту корпорации.

**Ключевые слова:** коммуникация, корпоративные отношения, экономический рост, корпорация, социальное партнерство, наемные работники, менеджеры, социально-трудовая сфера, баланс интересов, конфликт

*Для цитирования:* Осипов Е.М. Партнерство в системе корпоративных отношений // Коммуникология. 2020. Том 8. №4. С. 180-187. DOI 10.21453 / 2311-3065-2020-8-4-180-187.

*Сведения об авторе:* Осипов Егор Михайлович – доктор социологических наук, профессор, Факультет государственного управления, МГУ имени М.В.Ломоносова. Адрес: 119991, Россия, Москва, Ленинские горы, 1. E-mail: osipov@spa.msu.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 16.10.2020. *Принята к печати:* 21.11.2020.

Партнерство как социальное явление все больше становится предметом научных исследований социологов, психологов, экономистов. В рыночных условиях конкурентной борьбы хозяйствующих субъектов партнерство, пожалуй, единственный механизм, который способен создать благоприятные условия в сфере социально-трудовых отношений. Понятие «партнерство» охватывает широкий диапазон социальных взаимодействий. Его решающим признаком выступает совместное участие социальных субъектов в каком-то действии. Характер деятельности и состав участников партнерств могут быть самыми разнообразными. Понятие «партнер» иногда трактуется как актер, агент. В словаре

С.И. Ожегова, например, есть следующее определение: «Партнер ... участник какой-нибудь совместной деятельности»<sup>1</sup>. Исходя из такого толкования партнера и партнерства, проведем краткий экскурс, чтобы найти то, что может помочь в исследовании направленности, устремленности, склонности к партнерству, форм и способов его реализации [Осипов: 7].

В качестве объекта исследования социологи чаще всего рассматривают социальное партнерство, понимаемое ими, как способ организации совместной деятельности по защите, согласованию и созданию баланса противоположных интересов наемных работников и предпринимателей, которое достигается преимущественно путем переговоров и достижения компромисса при регулирующей роли государства, а также процесс по предупреждению и урегулированию возникающих в связи с этим конфликтов в социально-трудовой сфере [Стриж: 6]. Еще более глубокое определение дает А.И. Сухарев, согласно которому, социальное партнерство – это совместная деятельность социальных субъектов по достижению взаимопересекающихся (частично или полностью совпадающих) интересов [Сухарев: 4]. В такой трактовке выделяется совместная деятельность социальных субъектов по достижению своих, но взаимопересекающихся интересов. В этом подходе заложены проблемы, связанные с пониманием и раскрытием не только содержания отношений партнерства, но и корпоративных отношений. Дело в том, что социальное партнерство, имеет самое непосредственное отношение к корпоративной форме организации труда, где наиболее ярко проявляется потребность в согласовании интересов. Корпорация – это динамично развивающаяся организация с высокими экономическими показателями. Важным условием эффективного развития корпорации являются корпоративные отношения, возникающие между акционерами и менеджерами, которые оказывают влияние на их деятельность. Корпорация – термин латинского происхождения и означает объединение, общество, союз. Как правило, такие объединения характеризуются обособленностью, ограничением доступа посторонних лиц, противопоставление себя другим социальным общностям на основе узко понимаемых групповых интересов, максимальная централизация и автономность руководства. Главными условиями появления корпораций, как считают исследователи, являются, во-первых, высокий уровень развития экономики, во-вторых, достаточное количество профессиональных управляющих, в-третьих, наличие различных форм собственности и предпринимательства, поощряемое государством.

Вопрос о корпоративных отношениях является сложным и дискуссионным. В научной литературе существуют различные точки зрения по поводу определения этого понятия. Некоторые исследователи считают, что корпоративные отношения – это отношения организационные, другие – имущественные отношения. Например, согласно мнению юриста, Я.М. Гританса [Гританс] корпоративные отношения – это совместное подчиненное одной или нескольким общим целям действие участников корпоративных отношений, объединенных между со-

---

<sup>1</sup> Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. (1995). Толковый словарь русского языка.

бой совместными связями (правоотношениями). Как нам представляется, корпоративные отношения – это система экономических, правовых, социальных отношений, складывающихся между заинтересованными лицами. Таковыми могут быть акционеры, менеджеры, работники корпорации, вступающие во взаимодействие друг с другом по поводу реализации экономических интересов и объединенные совместным корпоративным участием.

Субъектами корпоративных отношений выступают физические, юридические лица или группы физических и юридических лиц, объединенные между собой корпоративными связями. Корпоративные связи представляют механизмы и формы объединения участников между собой. Таковыми могут быть обязательства по кредиту или займу, представляющие форму корпоративных связей. Каждый участник корпоративных отношений имеет определенный интерес, который побуждает совершать определенные действия (сделки), возможно, не совпадающие с интересами другого участника, в результате складываются всевозможные корпоративные отношения. Эти отношения могут носить различный характер, а именно: быть, к примеру, конфликтными или партнерскими. Рассмотрим корпоративные отношения компании, приводящие к конфликту. Понятие конфликта, в представлении конфликтолога Э.А. Уткина – это отсутствие согласия между двумя и более сторонами [Уткин: 66-68]. Каждая из участвующих в конфликте сторон делает все, чтобы была принята ее точка зрения или цели, и мешает другой стороне делать то же самое. Конфликты обычно ассоциируются с агрессией, угрозами, спорами, враждебностью, напряжением и другими эмоционально-негативными явлениями. Основанием корпоративного конфликта чаще всего выступает противоречие между интересами субъектов корпоративных отношений. Субъектами корпоративных конфликтов бывают участники корпоративных отношений, а объектом в основном являются права собственности на акции компании и права, вытекающие из акций. Разногласия между субъектами корпоративных отношений в компании могут привести к негативным для компании последствиям:

- нарушение норм действующего законодательства, устава или внутренних документов общества, прав акционера или группы акционеров;
- иски к обществу, его органам управления или по существу принимаемых ими решений;
- досрочное прекращение полномочий действующих органов управления;
- существенные изменения в составе акционеров [Шихвердиев: 81-82].

Противоречия между субъектами корпоративных отношений негативно отражаются на экономических показателях компании. Исследователи рассматривают эти противоречия как отсутствие баланса интересов. Для России проблема баланса интересов имеет особую актуальность. В нашей стране она кроме всего прочего обусловлена необходимостью достижения компромиссных условий взаимодействия экономических субъектов с отказом от централизованного государственного регулирования и переходом на рыночные отношения. Причем

сбалансированность корпоративного управления для России многоаспектна. Одним из аспектов является внутрикорпоративная сбалансированность, которая проявляется там, где неразвито стратегическое управление, низкий уровень развитости корпоративного предпринимательства и корпоративной культуры. В практической деятельности компаний проявляется сбалансированность отраслевого и корпоративного управления, а также сбалансированность отношений крупного и малого бизнеса. Корпоративные отношения формируются в результате сбалансированности отношений государственных структур и крупного бизнеса. Кроме того, существует сбалансированность и межстранового уровня. Политическая и экономическая реформы, предпринятые в России в последнее десятилетие, позволили отечественным корпорациям вступить в тесную связь с мировым хозяйственным процессом и остро поставили вопрос о такой российской модели корпоративного управления, которая воспринималась бы внешними экономическими организациями, что также свидетельствует о необходимости сбалансированности.

Эта проблема может быть рассмотрена в рамках теории синергии [Гленсдорф, Пригожин]. Понятие синергия, связана с существованием самоорганизации в живой и неживой природе. Герман Хакен, немецкий ученый, считает, что синергетика, как научное направление, занимается изучением систем, состоящих из большого количества частей (или подсистем), сложным образом взаимодействующих между собой [Хакен]. Отсюда само слово «синергетика» и означает «совместное действие» (в прочем такое же толкование можно найти в «Большом энциклопедическом словаре»), что прежде всего подчеркивает согласованность функционирования частей, отражающуюся в поведении системы как целого. В научных публикациях термин «синергетика» соотносят с такими понятиями, как самоорганизация, система, развитие и эволюция. Так, например, самоорганизацию можно наблюдать не только в биологических, физико-химических, но и социальных системах благодаря интенсивному обмену веществом и энергией с окружающей средой в неравновесных условиях. В таких системах наблюдается согласованное поведение подсистем, в результате чего возрастает степень их упорядоченности, т.е. сбалансированность. Однако сбалансированность (равновесность) не является устойчивым состоянием системы и она переходит в состояние неравновесности (хаоса). Система (в нашем случае корпорация) естественно стремится к равновесию через самоорганизацию и саморазвитие [Руденко: 7-12]. Возникает вопрос о причинах неравновесности системы? Причины кроются в существующих противоречиях, в существовании разных интересов в социальной структуре организации, которые и приводят к дисбалансу. Создание состояния равновесности (баланса) в организации – это управленческая проблема. В данном случае эффективность корпоративного управления находится в прямой зависимости от сбалансированности корпоративных отношений внутри компании. Корпоративные отношения, строящиеся на балансе интересов, как раз и создает благоприятные условия для эффективного функци-

онирования организации. Таким образом эффективным будет то управление, которое построено на приоритетах интересов акционеров и их роли в развитии корпорации, управление, учитывающее реализацию прав собственности, предусматривающее взаимодействие акционеров (корпоративные коммуникации), построенное на стратегии развития корпорации в целом (интересы фирмы подчинены общим интересам), наконец, это управление, которое рождает корпоративную культуру, т. е. комплекс общих традиций, установок, принципов поведения» [Коротков].

Возникновение проблемы баланса интересов [Антонов, Крылов, Кузьмичев] имеет свою историю, связанную с процессом отделения прав собственности от контроля. В конце XIX века усложняется характер производства, что в свою очередь потребовало грамотных управленцев (менеджеров), а мобилизация крупного капитала, привело к ограничению риска ответственности инвесторов. Эти два обстоятельства создали условия, когда разделение функций принятия риска и функции управления стало способствовать значительному росту эффективности функционирования корпораций, однако породило проблему конфликта интересов между акционерами и менеджерами. Элементарное представление о конфликте складывается, если мы понимаем его как отсутствие согласия между двумя и более сторонами. Однако впервые понятие агентского конфликта ввел американский ученый С. Росс [Росс: 1-56] рассматривая его через различение функций полезности менеджера (агента) и акционера (принципала). Отдельной научной проблемой является исследование причин возникновения корпоративных конфликтов. Остановимся на рассмотрении некоторых из них. Так, одной из причин возникновения конфликта является информационная закрытость компаний. Эта проблема свойственна, пожалуй, всем компаниям мира, но в России она приобретает специфический характер в силу существующего противоречия между информационной прозрачностью и существующей опасностью раскрытия информации. Другой проблемой корпоративного управления является отсутствие эффективных механизмов привлечения управляющих к ответственности, т.е. по сути речь идет о слабом правовом поле не позволяющее выполнять управленческие функции в корпорациях. Наконец, слабый внутренний аудит за состоянием корпоративного управления и такой же слабый судебный контроль за корпоративными спорами не дает возможности эффективного решения корпоративных конфликтов в правовом русле. Конфликтам в корпоративных отношениях необходимо противопоставить партнерство, как наиболее продуктивное взаимодействие субъектов хозяйственной деятельности, позволяющее достичь высоких экономических показателей компании.

Примером партнерства, обеспечивающего достижение стратегических целей экономического развития является ПАО «Роснефть». В этой компании предусматриваются долгосрочные, плодотворные, доверительные и взаимовыгодные отношения с акционерами и инвесторами, органами власти, общественностью, деловыми партнерами, что является важнейшим ресурсом ее дальнейшего развития. Примечательно, что компания строит свои взаимоотношения

с заинтересованными сторонами и органами государственной власти в регионах присутствия на основе принципа социальной ответственности бизнеса<sup>1</sup>. Реализуемые входящими в Группу компаний «Роснефть» проекты дают новый импульс к развитию местных предприятий, инфраструктуры, социальной сферы, способствуют увеличению инвестиционной привлекательности регионов. Первопричиной достижения этих результатов является системный подход, лежащий в основе решения социальных вопросов и управления социальными инвестициями компании. При определении конкретных объектов и мероприятий для финансирования ПАО «Роснефть» отдает приоритет социальным и инфраструктурным проектам, имеющим максимальную социальную эффективность и непосредственно влияющим на качество жизни населения регионов, в которых присутствует Компания.

Основные принципы построения корпоративных отношений ПАО «Роснефть» зафиксированы в Кодексе деловой и корпоративной этики компании. Согласно положениям Кодекса деловой и корпоративной этики НК «Роснефть»<sup>2</sup>, во взаимоотношениях с внешними заинтересованными лицами (инвесторами, акционерами, государством, поставщиками, клиентами и т.д.) интересы Компании представляют ее сотрудники. Поэтому нормы Кодекса распространяются в равной мере и на Компанию, и на ее сотрудников. Анализ деятельности компании показал высокую рентабельность бизнеса и социальную ответственность, которая выражается в том числе в выплатах акционерам дивидендов. НК «Роснефть» в равной мере уважает права всех своих акционеров, независимо от количества акций, которыми они владеют, и придерживается следующих принципов:

- стремится минимизировать объективно существующие риски инвесторов. В связи с этим в должной мере раскрывает информацию о своей деятельности и воздерживается от действий, способных ввести инвесторов в заблуждение;
- прилагает все усилия ради увеличения собственной стоимости для акционеров, исключения корпоративных конфликтов, обеспечения высокого уровня корпоративного управления.

Компания стремится соблюдать баланс между краткосрочными и долгосрочными финансовыми результатами своей деятельности, удерживая при этом высокие позиции кредитного рейтинга и должный уровень ликвидности ценных бумаг. Это обеспечивается, в частности, управлением производственными, экологическими и финансовыми рисками, исполнением законодательства, следованием правилам и процедурам корпоративного управления, внутреннего контроля. Приоритетным направлением деятельности для этого признается соблюдение и выполнение норм Кодекса корпоративного поведения, Положения об информационной политике и иных внутренних документов Компании. Подводя итог вышесказанному, следует подчеркнуть, что одним из инструментов постро-

---

<sup>1</sup> Кодекс деловой и корпоративной этики НК «Роснефть» [эл. ресурс]: [https://www.rosneft.ru/upload/site1/document\\_file/Kodeks\\_rus\(2\).pdf](https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Kodeks_rus(2).pdf).

<sup>2</sup> Там же.

ения взаимовыгодных корпоративных отношений компании является партнерство, которое способствует созданию баланса интересов, даже если они взаимопересекающиеся. Здесь в полном объеме раскрывается синергетический потенциал партнерства, столь необходимый в процессе формирования корпоративных отношений компании.

## Источники

Антонов В.Г., Крылов В.В., Кузьмичев А.Ю. и др. (2006). Корпоративное управление: Учебное пособие / Под ред. В.Г. Антонова. М.: Форум; ИНФРА-М.

Гленсдорф П., Пригожин И. (1973). Термодинамическая теория структуры устойчивости и флуктуаций. М.: Мир.

Коротков Э.М. (1996). Концепция менеджмента. М.: ДЕКА.

Гританс Я.М., ред. (2005). Корпоративные отношения. Правовое регулирование организационных форм / Гританс Я.М. М.: Волтерс Клувер.

Николис Г., Пригожин И. (1979). Самоорганизация в неравновесных системах. М.: Мир.

Осипов Е.М. (2018). Социальное партнерство и российский малый бизнес: состояние и тенденции развития. Монография. М.: Академический проект.

Росс С.А. (2008). Финансовая теория / Под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена // Финансы. М.: ГУ ВШЭ.

Руденко А.П. (1999). Равновесная и неравновесная структурная организация природных объектов как основа их системной классификации // В кн.: Система планеты Земля (материалы научных семинаров). М.: Гармония.

Стриж Е.М. (2003). Особенности становления и развития социального партнерства в России. Автореферат на соискание ученой степени к.э.н. Москва.

Сухарев А.И. (1999). Теоретические и методологические основы социологии социального партнерства // Социология социального партнерства / Под ред. Сухарева А.И. Саранск. С. 4-10.

Уткин Э.А. (1998). Конфликтология. М.: Экмос.

Хакен Г. (1980). Синергетика. М.: Мир.

Шихвердиев А.П. (2015). Корпоративное управление: учебное пособие. Сыктывкар: изд-во Питирима Сорокина.

Casey M. (2008). Partnership – success factors of inter-organizational relationships // Journal of Nursing Management. No.16. P. 72-83. DOI:10.1177/1049732305276687.

## ■ ■ ■ Partnership in Corporate Relations System

### Osipov E.M.

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

**Abstract.** The paper considers social partnership within the framework of the dialectical law of the unity of the struggle of opposites, according to which labor and capital are interconnected and represent a single entity in the capitalist economic system. It is argued that the interaction of social subjects to achieve their own overlapping interests is inherent not only in partnership relations, but also in corporate relations. Social partnership is most directly related to the corporate form of labor organization, where the need for harmonization of interests is most clearly manifested. An important condition for the effective development of a corporation is corporate relations that arise between shareholders and managers

that influence their activities. The subjects of corporate relations interact with regard to the implementation of economic interests and are united by joint corporate participation. Attention is paid to the new paradigm of social partnership development, which allows considering it not just as a way or technology to solve problems of social and labor relations in organizations, but as a social institution that ensures the development of the entire system of social and labor relations through cooperation and the search for mutually acceptable solutions. Based on the research, the author concludes that it is partnership that creates a balance of opposing interests through negotiations and reaching a compromise. The partnership, therefore, contributes to the formation of corporate relations that lead ultimately to the economic growth of the corporation.

**Keywords:** social partnership, social partnership institute, institutionalization, trade unions, employees, employers, state, capital, labor, intersecting interests, monopoly capitalism, small business

*For citation:* Osipov E.M. (2020). Partnership in Corporate Relations System. *Communicology (Russia)*. Vol. 8. No.4. P. 180-187. DOI 10.21453/2311-3065-2020-8-4-180-187.

*Inf. about the author:* Osipov Egor Mikhailovich – Dr.Sc.(Soc.), Professor of the Department of public administration, Lomonosov Moscow State University. *Address:* 119991, Russia, Moscow, Leninskie Gory, 1. *E-mail:* egosipov@mail.ru.

*Received:* 16.10.2020. *Accepted:* 21.11.2020.

## References

- Antonov V.G., Krylov V.V., Kuzmichev A.Y. et al. (2006). Corporate Governance: Textbook / Ed. V.G. Antonov. M.: Forum; INFRA-M (In Rus.).
- Casey M. (2008). Partnership – success factors of inter-organizational relationships. *Journal of Nursing Management*. No.16. P. 72-83. DOI: 10.1177 / 1049732305276687.
- Glensdorf P., Prigogin I. (1973). Thermodynamic theory of the structure of stability and fluctuations. M.: Mir (In Rus.).
- Gritans Y.M., ed. (2005). Corporate relations. Legal regulation of organizational forms. M.: Walters Kluver (In Rus.).
- Haken G. (1980). Synergetics / Transl. Moscow: Mir (In Rus.).
- Korotkov E.M. (1996). Management concept. M.: DEKA (In Rus.).
- Nicolis G., Prigogine I. (1979). Self-organization in nonequilibrium systems. M.: Mir (In Rus.).
- Osipov E.M. (2018). Social partnership and Russian small business: state and development trends. M.: Academic project (In Rus.).
- Ross S.A. (2008). Financial theory / Ed. J. Itwell, M. Milgate, P. Newman. M.: State University Higher School of Economics (In Rus.).
- Rudenko A.P. (1999). Equilibrium and non-equilibrium structural organization of natural objects as the basis of their systemic classification. In: The system of the planet Earth (materials of scientific seminars). M.: Harmony.
- Shikhverdiev A.P. (2015). Corporate governance: tutorial. Syktyvkar: Pitirim Sorokin publishing house (In Rus.).
- Strizh E.M. (2003). Features of the formation and development of social partnership in Russia. Ph.D. diss. thesis. Moscow.
- Sukharev A.I. (1999). Sociology of social partnership. Collected articles. Saransk.
- Utkin E.A. (1998). Conflictology. M.: Ekmos.