

Создание корпоративных отношений

Понятие

Корпоративные отношения - совместное (объединенное, интегрированное), подчиненное одной или нескольким общим целям действия, поведение, волеизъявление заинтересованных лиц (участников корпоративных отношений), объединенных между собой совместными (корпоративными) связями (правоотношениями).

**Субъект
корпоративн
ых
отношений**

участник
корпоративных
отношений.

**Объект
корпоративн
ых
отношений**

право собственности
или совместные
интересы или
волеизъявления

**Предмет
корпоративн
ых
отношений**

совместная
деятельность
участников, вступивших
между собой в
корпоративные
отношения.

- Корпоративные отношения складываются их формирования различных корпоративных организационных форм, которые можно определить как корпорации.
- Сами по себе корпоративные отношения практически не могут существовать без какого-либо организационного оформления, так как они возникают для целей ведения определенной деятельности совместно, посредством инкорпорирования материальных /или нематериальных активов, включая совместные интересы.

Основные признаки корпорации

- - количество участников корпорации должно быть более
- - объединение имущества (в денежной, товарной или в денежно-товарной форме) участников;
- - наличие единой цели (общего интереса), во имя которой ее участники объединили (корпорировали) свои усилия для достижения общей выгоды для всех (участников).
- - бессрочность существования;
- - общие дела отдельных участников по мере развития корпорации от простых форм к более сложным становятся делами корпорации;
- - ограничение ответственности участников (общая ответственность участников по обязательствам корпорации переходит в ответственность корпорации);
- - управление делами корпорации обособлено от личной воли его участника;
- - наличие статуса юридического лица

Виды корпоративных отношений

Внешние

отношения, возникающие, например, между акционерами, акционерным обществом и акционерами; отношения, складывающиеся между внешними подразделениями (филиалами и представительствами) и хозяйственным обществом;

Внутрикорпоративные

межструктурные отношения, складывающиеся между внутренними подразделениями типа цеха; отношения, складывающиеся между участниками корпоративной организации и органами управления (менеджментом)

Для создания корпоративной культуры прежде всего важны:

- модели поведения: общий язык, ритуалы, традиции;
- групповые нормы: стандарты и образцы, управляющие поведением людей;
- общие ценности: принципы и устои (качество продукции, лидерство на рынке, уважение потребителя);
- философия организации: идеология и политика руководства по отношению к подчиненным;
- правила игры: ограничения, стиль работы, то, что надо знать новичкам, чтобы достойно вписаться в коллектив;
- организационная атмосфера.