



## **Введение:**

Основные черты корпорации, как модели, едины для всех стран с развитой рыночной экономикой. Корпорация юридически независима от своих создателей, она рождается и живет своей жизнью, учреждаясь инвесторами и прекращает существование по решению суда о банкротстве. Капитал корпорации состоит из стоимости акций, которые свободно продаются, передаются и обмениваются.

В корпорации разделяются собственность и управление. Инвесторы, вложившие в акции деньги, делегируют управленческие права наёмным менеджерам и контролируют их управленческие действия и решения. Структура корпорации, в зависимости от страны, также имеет свои различия и особенности. Для полного понимания японской модели корпоративных взаимоотношений и управления необходимо не только понять структурные отличия модели от, например, американской или европейской, но и также понять разницу в менталитете японцев, сумевших возродить экономику своей страны после Второй мировой войны и вывести её на лидирующие позиции в мире.

## **Основная часть.**

Как правило существуют две формы организации корпоративной модели делового предприятия – это партнерства и акционерные общества. В Японии партнерства называются «*gomei gaisha*» и «*goshi gaisha*», количество собственников там ограничено 50 чел. и уставным капиталом в 3 млн. иен. В акционерных обществах «*kabushiki kaisha*» собственников может быть сколько угодно, минимальный необходимый капитал составляет 10 млн. иен, при этом капитал можно увеличивать привлечением новых вкладчиков без согласия уже существующих.

Также в Японии существует общепринятое в странах с рыночной экономикой деление компаний на публичные и частные. Акционерное общество, предлагающее свои акции по открытой подписке и выпускающее их в свободную продажу на фондовый рынок, называется «*jojo kaisha*» (биржевым). Акционерное общество, торгующее своими акциями вне организованного рынка, называется «*hijojo kaisha*» (небиржевым).

Акционерное общество в Японии является формой организации не обязательно крупного предприятия. «Небиржевые» *«hijojo kaisha»*, это наиболее распространенная форма организации среднего и мелкого бизнеса, а также это предпринимательская среда, откуда «вырастают» компании биржевого круга и куда они возвращаются, когда их акции выводятся из листинга бирж. Для биржевого листинга компании должны соответствовать строгим требованиям к размерам капитала, доходности акций, числу акционеров, выплате дивидендов, прозрачной финансовой отчетности и т.д.

К «биржевым» компаниям относится так называемое корпоративное управление. Это формальный и неформальный свод правил, формализующих взаимоотношения между акционерами-собственниками и наёмными управляющими.

В Японии большинство членов совета директоров назначаются из основного состава менеджеров, которые продвигались по службе согласно количеству лет отработанных в своей компании. Структура совета директоров воспроизводит административную иерархию компании. Внутри директорского корпуса есть жёсткие ранги: рядовые директора *«torishimariyaku»* возглавляют секции компании, управляющие директора *«jomu torishimariyaku»* возглавляют отделения, старшие директора *«senmu torishimariyaku»* руководят крупными подразделениями. Самые старшие по стажу становятся «директорами-представителями», то есть представителями совета директоров, исполняющими его решения по поручению. Над ними – вице-президент *«fukushacho»* и президент *«shacho»*. Каждый член совета директоров чётко отвечает за работу определенных подразделений фирмы.

В США же контрольную функцию выполняют внешние члены совета директоров, а в самих советах директоров участвуют представители как акционеров так и наемного персонала или профсоюза. Таким образом, в США ревизию финансовых операций, оплат и отчётности компании, а также назначение менеджеров, в отличие от Японии, проводят независимые подкомиссии.

Таким образом, в корпоративной системе управления японских компаний практически отсутствует независимый контроль решений акционеров-собственников. Однако существует высокоорганизованная система внутреннего самоконтроля в компании, согласно которой японцы следуют истинному пути, не допуская случаев коррупции или принятия нелогичных и деструктивных решений. Только высокая степень организации человека, компании и общества позволяет существовать такой корпоративной модели взаимодействия. Поэтому Япония является эксклюзивом, повторить который невозможно в другой отдельно взятой

стране.

Также исследователи японского феномена видят своеобразие японской корпорации в неявном, неформальном признании трудового коллектива составной частью компании. В современной западной экономике функцию предпринимателей выполняют акционеры-собственники, которые нанимают управляющих менеджеров и, собственно, несут все риски, а также получают по итогам своей деятельности определённую прибыль. Работники компании, нанятые по контрактам, совершенно отделены от акционеров, их интересы защищает коллективный договор.

В Японии вместо этого разделения акционер-работник работает «модель корпоративного менеджизма». Это некий треугольник, в котором менеджеры являются посредниками между акционерами и работниками. Опять получается чисто японская корпоративная культура?

Однако профессор Стэнфордского университета Масахико Аоки, считает ссылки на особые социально-культурные традиции Японии мифологией, порождением зависти к успеху Японии, достигшей огромных экономических успехов.

С одной стороны, японская управленческая модель и может показаться экономически не совсем эффективной в контексте оптимизации прибыли, например, взять чисто японские пожизненный найм на работу или оплату по стажу, а не по эффективности. Но японская корпоративная модель на самом деле при более глубоком анализе совсем не противоречит эффективному использованию ресурсов. Она наоборот, позволяет концентрировать именно «человеческий капитал» в компании - профессиональных менеджеров, квалифицированных инженеров и рабочих. И именно управляющие менеджеры представляют тот самый «человеческий капитал» при принятии бизнес-решений.

И глобально влияние акционеров на дела компаний ослаблено, так как отделение собственности от управления именно в Японии зашло дальше, чем в других странах.

Хотелось бы также отметить отсутствие контроля японских корпораций со стороны фондового рынка. Для японских менеджеров рост курсовой стоимости акций – не самоцель компании, а только следствие хорошего управления, этой компанией.

**Заключение.**

Таким образом, успех в японской корпорации это просто следствие хорошо организованной и структурированной работы персонала компании. Успех приходит сам, когда в компании всё взаимодействует оптимально, работники самоорганизованы и эффективны. Если бы японский феномен был принадлежностью только географической, то за пределами Японии, в условиях жёсткой конкуренции на рынках США и Европы японские корпорации просто не выжили бы, столкнувшись с более эффективными моделями управления. Однако японские компании являются на сегодняшний день одними из самых успешных как и с точки зрения эффективности деятельности, так и с точки зрения отношения к собственному персоналу. Именно «человеческий капитал» является наивысшей ценностью для японской компании, эта ценность сама принесёт плоды при должном обращении и подходе.

### **Список использованной литературы:**

1. Леонтьева Е. Л. Японские корпорации и корпоративные группы. Эволюция институтов. – М.: ИМЭМО РАН, 2009. – 78 с.
2. Лебедева И. П. Япония: промышленность и предпринимательство (вторая половина XX — начало XXI в.) / И.П. Лебедева; Ин-т востоковедения РАН. — М. : Вост. лит., 2007. — 223 с. — ISBN 978-5

02-018558-6 (в обл.).

1. Fatma A (2018) Overview of the Japanese Innovation Systems vs. the American Innovation System. J Glob Econ 6: 312. doi: 10.4172/2375-4389.1000312
2. Aoki Masahiko. Japanese Firm in Transition. In: The Political Economy of Japan. Volume 1, The Domestic Transformation. Ed. By Kozo Yamamura and Yasukichi Yasuba. Stanford University Press, 1987.