

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Способы профилактики и методы противодействия корпоративному шантажу (greenmail).

Руденко Ксения Олеговна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия

E-mail: ksusha.r@mail.ru

За последние два десятилетия корпоративные отношения на территории Российской Федерации претерпели значительные изменения, развиваясь вместе с рынком и законодательной базой страны. Если в конце 1990-х – начале 2000-х гг. преобладали агрессивные методы захвата бизнеса, получившие во всем мире наименование «рейдерство», то буквально за пару лет они трансформировались в относительно новый вид экономической преступности – корпоративный шантаж. С каждым годом специалисты все чаще пытаются привлечь внимание государства к этой проблеме, от которой страдают не только мелкие предприниматели, но и вся экономика России.

Сущность корпоративного шантажа заключается в том, что приобретается минимальный пакет акций. Затем, в рамках допустимых законом прав миноритарный акционер начинает злоупотреблять своими правами, побуждая акционерное общество или его крупных акционеров выкупить у подобного миноритарного акционера принадлежащий ему пакет акций по цене, превышающей его рыночную стоимость, или выплатить отступные для предотвращения конфликта. По мнению адвоката П. А. Астахова, одна из особенностей корпоративного шантажа заключается в том, что гринмейлер выигрывая для себя рубль, приносит остальным всем убыток, исчисляемый миллионами, при этом оставляя после себя выжженную землю [1]. Такая ситуация не способствует стабильности гражданского оборота и улучшению инвестиционного климата в стране и влечет за собой целый список угроз экономической безопасности.

Основных фигурантов акционерных войн можно подразделить на шесть классов: олигархические структуры; финансово-промышленные группы; средние инвестиционные структуры универсального характера; «любители» и «начинающие»; профессиональные гринмейлеры; государство, которое представляют исполнительные, правоохранительные органы, госкомпании.

При анализе существующих публикаций на эту тематику можно выявить, что в основном все ссылаются на универсальные, давно определенные принципы корпоративного шантажа такие, как его основные схемы, цели, преследуемые нападающей стороной. Однако немногие уделяют внимание действительно важным моментам, которые могли бы действительно помочь противостоять этому типу экономической преступности, а именно таким, как исследование влияния российской модели корпоративного управления на возможности осуществления корпоративного шантажа и защиты бизнеса в России с позиции бизнес-структур, экономики, политики и позитивного права.

На сегодняшний день в арсенале компании-цели существует немалое количество методов, позволяющих противодействовать корпоративному шантажу. Их принято разделять на две меры защиты: превентивные (стратегические или профилактические) и экстренные (оперативные или контратакующие). Они осуществляются на трех уровнях:

миноритарные акционеры, менеджмент акционерного общества, государство. Следовательно, по этой же схеме производится и градация возможных мер предотвращения гринмейла.

Превентивные меры можно подразделить на два блока:

- мониторинг распределения акций, состояния документов и системы защиты инсайдерской информации;
- учет человеческого фактора: проведение информационной и кадровой политик, работа с акционерами.

Важно отметить, что если профилактические меры полезно проводить в полном объеме даже в случае, если угрозы появления гринмейлера в компании нет, то к применению экстренных мер стоит подходить более осторожно, поскольку в итоге при неправильном расчете сил компания может истощить свои ресурсы. Подобные методы защиты подразделяются на оборонительные и контратакующие. При их осуществлении важно провести анализ и определить, кто именно является заказчиком, характер и степень коммерческого интереса к компании-цели, финансовые и административные ресурсы нападающей стороны. Необходимо также отметить, что если гринмейл-акция затянется, то вероятнее всего, инициатор просто потеряет к предприятию интерес в силу нерентабельности продолжения атаки.

Наиболее интересными методами оперативного противодействия являются создание в организации антикризисного штаба и покупка пакета акций нападающей стороны, если это возможно, или выявление и использование «болевых точек» противника, т.е. использование технологий корпоративного шантажа в качестве инструментария корпоративной атаки.

Наряду с перечисленными выше методами защиты ключевым моментом в противодействии корпоративному шантажу является совершенствование законодательства. В качестве примера может служить практика США и других крупнейших европейских государств, где законодательно прописан и запрещен гринмейл и ведется реестр компаний и участников экономической деятельности, которые прибегают к корпоративному шантажу.

В российском законодательстве, к сожалению, не дано определение корпоративного шантажа, механизмов его выявления и пресечения, ответственности сторон, оценки возможности сговора менеджмента и гринмейлера, оценки ущерба для мажоритарных акционеров, ответственности гринмейлеров перед законом. Очевидно, что пришло время изменить правовые условия таким образом, чтобы защитить российские компании от корпоративного шантажа, законодательно разграничить понятия составляющих этого явления и защиты законных прав инвесторов, вкладывающих средства в российские активы.

Литература

1. Астахов П.А. Рейдер. М.: Эксмо, 2007.