

8. Code of Brussels [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ipra.org/static/media/uploads/pdfs/ipra_code_of_brussels.pdf.
9. Public Relations Institute of Australia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pria.com.au/>.
10. Public Relations Society of America [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.prsa.org/>.
11. The Canadian Public Relations Society, Incorporation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cprs.ca/>.
12. Universal Declaration of Human Rights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html>.

УДК 334.758:005

Хмелевская К.Ю.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА

Хмелевская Кристина Юрьевна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kristi-x-u@yandex.ru*

В данной статье раскрывается сущность концепции управления эффективностью бизнеса, обосновывается ее стратегическая роль и актуальность в современных условиях ведения бизнеса. Проводится анализ главных особенностей и целей эффективного корпоративного управления.

Ключевые слова: корпоративное управление, эффективность бизнеса, управление эффективностью компании, ключевые показатели эффективности, система корпоративного управления.

Корпоративная модель ведения российского бизнеса – проявление новое, в связи с этим особую актуальность обретают проблемы развития рациональной системы управления корпорацией, принципы и факторы ее построения. На данной стадии формирования современной российской экономики корпоративное управление считается одним из главных индикаторов, характеризующих не только степень экономического развития государства, но и общественный и инвестиционный климат.

Корпоративное управление – это система организационно-экономических, правовых и управленческих отношений между субъектами экономических отношений, интерес которых связан с деятельностью компании [2].

В узком смысле корпоративное управление – это система убеждения, поощрения и принуждения менеджеров совершать действия в интересах акционеров и защиты их корпоративных прав. В широком смысле – это установленная система правовых, организационных, экономических, информационно-интеллектуальных отношений между всеми группами стейкхолдеров хозяйствующих субъектов, входящих в корпорацию, имеющих общую цель и стремящихся к ее достижению.

Корпоративное управление определяет корпоративную культуру поведения работников, взаимоотношения между исполнительным органом, Советом директоров и акционерами, порядок защиты прав акционеров, прозрачность и порядок раскрытия информации о деятельности корпорации, контроль результатов ее деятельности [4].

Существует ряд основных принципов надлежащего корпоративного управления:

** Научный руководитель: Бурцева Маргарита Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: burceva.margarita@yandex.ru*

- 1) права акционеров (система корпоративного управления должна защищать права владельцев акций);
- 2) равное отношение к акционерам;
- 3) эффективный контроль над администрацией со стороны правления (наблюдательного совета), а также подотчетность правления перед акционерами [7].

Смысл корпоративного управления заключается в том, чтобы дать акционерам возможность эффективного контроля и мониторинга деятельности менеджмента и тем самым увеличивать капитализацию компании. Данный контроль подразумевает под собой как внутренние процедуры управления, так и внешние правовые и регулирующие механизмы. Акционеры хотят точно знать, какую именно ответственность перед ними несут высшие должностные лица компании за достигнутые результаты. Инвесторы должны понимать, будет ли у них реальная возможность влиять на принятие важных решений.

Коллегиально на собрании акционеров могут приниматься решения о реорганизации, слияниях, ценных бумагах, основных исполнительных органах, крупных сделках, внутренних документах и раскрытии информации компании.

Компании, соблюдающие высокие стандарты корпоративного управления, как правило, получают максимально широкий доступ к капиталу по сравнению с корпорациями, управляемыми ненадлежащим образом, и превосходят в долгосрочной перспективе. Рынки ценных бумаг, на которых проявляются жесткие требования к системе корпоративного управления, способствуют уменьшению инвестиционных рисков. Как правило, именно такие рынки привлекают больше инвесторов, готовых предоставить капитал по приемлемой цене, и оказываются намного эффективнее, сводя вместе владельцев капиталов и предпринимателей, испытывающих потребность во внешних финансовых ресурсах.

Нужно отметить, что корпоративное управление можно рассматривать как модель, которая помогает регулировать взаимоотношения, позволяет обсудить поставленные цели всех сторон. Именно такой подход повышает эффективность бизнеса.

Выходя на международный рынок, высшее руководство компании создает список стратегических целей и задач, которые необходимо достичь через определенный период времени.

Именно поэтому, чем выше уровень корпоративного управления (рейтинг), тем выше эффективность работы высшего руководства, из этого следует, что возрастает вероятность того, что компания достигнет поставленных стратегических целей на международном рынке.

Эффективное корпоративное управление предполагает добросовестное и честное ведение дел. Инвесторы это ценят, проникаясь доверием и вкладывая средства в такую корпорацию. Это напрямую влияет на повышение рыночной стоимости и привлекательности компании и облегчает ей доступ к средствам инвесторов [2].

Таким образом, соблюдение стандартов корпоративного управления помогает усовершенствовать процесс принятия решений, способных оказать существенное влияние на эффективность финансово-хозяйственной деятельности общества на всех уровнях. Качественное корпоративное управление упорядочивает все происходящие в компании бизнес-процессы, что способствует росту оборота и прибыли при одновременном снижении объема требуемых капиталовложений.

Управление эффективностью деятельности организации (английские термины CRM, BPM, EPM) – это набор управленческих процессов (планирования, организации выполнения, контроля и анализа), которые позволяют бизнесу определить стратегические цели и затем оценивать деятельность по достижению поставленных целей при оптимальном использовании имеющихся ресурсов и управлять ею. Это система управления, построенная на принципах управления стоимостью бизнеса.

Управление эффективностью деятельности охватывает весь спектр задач в области стратегического, финансового, маркетингового и операционного управления компанией и включает в себя применение таких управленческих технологий, как моделирование

стратегии, карты сбалансированных показателей, процессно-ориентированное планирование и функционально-стоимостной анализ, бюджетирование и бизнес-моделирование, консолидированная управленческая отчетность и анализ, мониторинг ключевых показателей деятельности связанных со стратегией.

Управление эффективностью деятельности включает три основных вида деятельности (во всех без исключения областях управления):

- 1) постановка целей;
- 2) анализ значений показателей, характеризующих достижение организацией поставленных целей;
- 3) управляющие воздействия менеджеров по результатам анализа, направленные на улучшение будущей деятельности организации по достижению поставленных целей [3].

Показатели эффективности деятельности предприятия, или ключевые показатели эффективности (KPI – англ.), являются основными измерителями производительности компании. С помощью KPI можно оценить успех организации в целом или в конкретном виде деятельности, в котором она принимает участие. Успехом может считаться как периодическое достижение некоторых целевых уровней (отсутствие дефектов, удовлетворенность клиентов и т.д.), так и достижение прогресса в направлении стратегических целей.

Поскольку существует потребность в объективной оценке действительного состояния бизнеса, то встает вопрос о том, как правильно выбрать основные показатели эффективности деятельности предприятия. KPI могут позволить выявить потенциальные способы улучшения производительности. Наиболее часто для выбора ключевых показателей эффективности используют систему сбалансированных показателей.

KPI эффективна, если:

- учтены все основные моменты и нюансы в сравнении участия каждого;
- система не раздроблена на множество факторов сравнения, наиболее приемлемое число характеристик – около 5;
- выполнение задач компанией в целом действительно верно отражается на вознаграждении любого из членов коллектива за его личное выполнение задач.

Показателем эффективности KPI можно назвать какую угодно из ключевых задач, максимально приближенную к деятельности данной компании и ее ориентированности. Самым удачным вариантом является применение системы при многоступенчатой, филиальной структуре компании, когда управление сосредоточено в головной конторе, где прекрасно осведомлены о сути выполняемой работы каждым сотрудником [5].

Система корпоративного управления – это набор принципов и механизмов принятия решений в компании и наблюдения за их выполнением. Данная система, как правило, формируется с учетом специфики деятельности каждой корпорации:

- структуры собственности;
- степени концентрации или рассредоточения акционерного капитала;
- принципов принятия стратегических решений, контроля за их исполнением, в том числе формирования совета директоров, наблюдательных советов и системы внутреннего аудита;
- наличия или отсутствия государственного контроля над корпорацией;
- преобладающего типа финансирования деятельности.

Роль системы корпоративного управления в настоящее время существенно возросла. Процессы глобализации, растущая конкуренция между мировыми транснациональными компаниями требуют от менеджмента создания наиболее эффективных моделей корпоративного управления. В настоящее время в мире сформировались несколько таких моделей.

Эффективность бизнеса – это соотношение результата деятельности предприятия (объема продаж) и затраченных ресурсов: труд сотрудников, инвестиции, сырье, время.

Таким образом, эффективность бизнеса – это не что иное, как совокупный индикатор успешности компании и соответствия ее нормативным количественным показателям, свойственным для некоторого этапа жизненного цикла.

Список литературы:

1. Голоктионова Ю.Г. Повышение эффективности менеджмента на основе системного подхода к управлению предприятием // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – № 1 (11). – С. 112-122.
2. Грязнова А.Г. Финансы: учебник / А.Г. Грязнова, Е.В. Маркина. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 504 с.
3. Клейнер В. Корпоративное управление и эффективность деятельности компаний // Вопросы экономики. – 2008. – № 10. – С. 32-48.
4. Корпоративные финансы и эффективность бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/2044203/>.
5. Лисичкина Н.В. Управление инвестиционной деятельностью современного предприятия // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 2 (8). – С. 277-285.
6. Паршутин И.Г. Инновационные формы развития организаций как объект управления // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – № 4 (6). – С. 125-132.
7. Шихвердиев А.П. Корпоративное управление: учебное пособие. – Сыктывкар.: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2015. – 241 с.

УДК 659.1:334.764

Суслина Т.В

АНАЛИЗ РЕКЛАМЫ АВИА- И ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ КОМПАНИЙ

Суслина Татьяна Владимировна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: bogunkova-tatyana@mail.ru*

Железнодорожный и авиатранспорт становятся все более популярными, что, впрочем, не отменяет актуальности рекламирования услуг по перевозке людей и грузов. Однако следует отметить низкий уровень рекламной деятельности монополиста железнодорожных перевозок в РФ ОАО «РЖД» и крупнейшей авиакомпании ОАО «Аэрофлот – Российские международные линии». Автор предлагает более активно разрабатывать новые направления рекламной деятельности в данных отраслях.

Ключевые слова: реклама, Российские железные дороги, Аэрофлот, акции, программы.

Век глобального развития транспорта существенно облегчил для огромного количества людей процесс организации путешествий. При этом особенно популярными по скорости и комфорту передвижения продолжают оставаться авиа- и железнодорожные перевозки. Выбирая между тем или иным видом транспорта, той или другой компанией, потребители ориентируются как на мнение окружающих, так и на рекламные кампании и акции.

Отметим, что рынок железнодорожных перевозок в Российской Федерации монополизирован компанией «Российские железные дороги» (далее РЖД), в силу чего «РЖД» не нужно конкурировать с другими перевозчиками, поэтому и реклама используется данной компанией лишь для собственного пиара. Немного истории: ОАО «РЖД» было учреждено

* *Научный руководитель: Воронкова Ирина Евгеньевна, доктор исторических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: irivoronkova@yandex.ru*