

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 334.758:005

Хмелевская К.Ю.

ПРИНЦИПЫ СОВРЕМЕННОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

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

В статье проанализированы принципы современного эффективного корпоративного управления, показан эволюционный характер развития как внутрифирменных, так и отраслевых и национальных систем корпоративного управления.

Ключевые слова: банковский бизнес, корпоративное управление, кодекс корпоративного поведения, принципы корпоративного управления.

Результативное корпоративное управление – важный элемент эффективной рыночной экономики. Акционеры и иные заинтересованные лица должны иметь доступ к информации о финансовом состоянии компании, а также возможность осуществлять контроль над использованием ее активов и управлением ими с целью обеспечения своих интересов. Контроль осуществляется посредством внутренних процедур управления и внешних правовых и регулирующих механизмов.

Устойчивость развития региона находится в прямой зависимости от качества и эффективности корпоративного управления различных организаций, так как корпоративное управление включает в себя решение вопросов стратегического развития определенной компании. Поэтому чем выше качество системы корпоративного управления, тем выше эффективность функционирования организации и, следовательно, экономическое благосостояние региона [2].

Корпоративное управление в широком смысле включает в себя решение вопросов по взаимодействию таких участников корпоративных взаимоотношений, как собственники, топ-менеджеры, государство, персонал организации, профсоюзы, различные контрагенты. Основная цель корпоративного управления, определяемая исходя из реалий бизнеса, – это защита интересов определенного круга участников корпоративных отношений (инвесторов, собственников) от неэффективной деятельности менеджеров. Но, учитывая тот факт, что в современном обществе достаточно сильное влияние на развитие и функционирование компании оказывают и другие группы (стейкхолдеры), то для достижения эффективности системы корпоративного управления необходимо учитывать интересы и других участников корпоративных взаимоотношений [1].

Качество корпоративного управления довольно легко оценить в денежном выражении. Исследование, недавно проведенное компаний McKinsey, в ходе которого было опрошено более 200 инвестиционных компаний в 31 стране мира, включая Россию, показало, что инвесторы готовы платить больше за акции компаний, прозрачных в управленческом плане и ведущих отчетность в соответствии с мировыми стандартами. Размер дополнительной премии сильно колеблется в зависимости от страны: от 10-15 % в США и Западной Европе, до 40 % в России. Следовательно, эффективное корпоративное управление

* *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

является необходимым для привлечения дополнительных инвесторов [5].

Обеспечение высокой эффективности корпоративного управления в компании является достаточно сложной и многомерной задачей. Безусловно, качество корпоративного управления в каждой компании связано с её особенностями, но можно выделить универсальные принципы, обуславливающие возможность построения эффективных корпоративных взаимоотношений с потенциальными инвесторами.

В процессе выработки правил корпоративного управления деловые круги стран, выступающих преимущественно в качестве инвесторов, опираются на активную поддержку своих правительств и международных организаций, в которых эти страны играют доминирующую роль. В частности, Всемирный банк в 1998 году инициировал проведение глобальной программы по улучшению состояния корпоративного управления, нацеленной на существенное улучшение национальных систем корпоративного управления и раскрытия информации о деятельности компаний в различных странах. В мае 1999 года Совет Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) принял Принципы ОЭСР, сформулированные с целью предоставления помощи правительствам стран в их работе по проведению анализа и оценки законодательства в сфере корпоративного управления, его совершенствованию, а также для предоставления руководства регуляторам и участникам финансовых рынков. Под этим документом поставили свои подписи члены правительств всех стран – членов ОЭСР. Документ содержит детальные разъяснения относительно того, какие конкретные проблемы должны регулировать национальные стандарты корпоративного управления и как обеспечить значительное повышение роли инвесторов (акционеров) в управлении компаниями, в которые они вкладывают свои средства [4].

Практика корпоративного управления эволюционна по своей природе, ее совершенствование базируется на уже достигнутых результатах. В 2002 году страны ОЭСР изъявили желание пересмотреть Принципы ОЭСР с учетом тех изменений, которые произошли в корпоративном секторе, в том числе в свете целого ряда проблем, которые подрывали доверие инвесторов. 22 апреля 2004 года правительства 30 стран – членов ОЭСР одобрили пересмотренную версию Принципов ОЭСР, учитывающую реалии произошедших изменений в экономической, юридической и культурной сферах, а также опыт не только ОЭСР, но и стран, не являющихся членами этой организации. Пересмотренный текст принципов ОЭСР стал результатом длительного совещательного процесса с представителями как стран ОЭСР, так и других государств, а также с деловыми кругами, профсоюзами и специалистами.

Выделяются следующие принципы корпоративного управления:

1. Обеспечение основ системы эффективного корпоративного управления.

Данный принцип обращен к государственным структурам, на которые ложится нагрузка по формированию благоприятной среды для развития корпоративного управления. Речь идет, прежде всего, о требованиях к правовой системе и к практике работы регулирующих органов.

2. Права акционеров и основные функции собственности.

Система корпоративного управления должна защищать права акционеров и облегчать их использование. К основным правам акционеров относятся права на надежные методы регистрации права собственности; на отчуждение или передачу акций; на своевременное получение на регулярной основе необходимой информации о корпорации; на участие в общих собраниях и участие в голосовании; на участие в выборах правления; на долю в прибылях корпорации. Одним из путей осуществления акционерами своих прав является возможность возбуждать против администрации членов правления судебные и административные процедуры.

3. Равное отношение к акционерам.

Система корпоративного управления должна обеспечивать равное отношение ко всем акционерам, включая мелких и иностранных, а также гарантировать эффективную защиту их

прав. Регламент и процедура проведения общих собраний акционеров не должны делать участие в голосовании чрезмерно сложным и дорогостоящим.

В целях обеспечения равного отношения ко всем акционерам члены правления и управляющие должны сообщать о своей материальной заинтересованности в сделках или вопросах, касающихся корпорации.

4. Роль заинтересованных лиц в управлении корпорацией.

Система корпоративного управления должна признавать предусмотренные законом или обоюдным соглашением права заинтересованных лиц и поощрять активное сотрудничество корпораций с ними.

Степень вовлечения заинтересованных лиц в корпоративное управление зависит от национальных законов и практики, принятой в различных странах, а также может меняться от компании к компании.

Примерами механизмов вовлечения заинтересованных лиц являются: представительство наемных работников в правлении; наделение акциями фирмы наемных работников; механизмы раздела прибыли или процессы управления, в которых при принятии определенных решений принимается во внимание мнение заинтересованных лиц. Заинтересованные лица должны иметь доступ к необходимой информации.

5. Раскрытие информации и прозрачность.

Система корпоративного управления должна обеспечивать своевременное и точное раскрытие информации по всем существенным вопросам, касающимся компании, включая финансовое положение, результаты деятельности, структуру собственности и управления.

Строгий режим раскрытия информации является главной опорой рыночного мониторинга компаний и имеет ключевое значение для осуществления акционерами своего права голоса. Опыт стран с большими и активными фондовыми рынками показывает, что раскрытие информации – мощный инструмент воздействия на поведение компании и защиты прав акционеров.

Под существенной информацией понимается следующее: результаты финансовой и операционной деятельности; задачи компании; собственность на крупные пакеты акций и распределение прав голоса; список членов правления и главных должностных лиц, а также получаемое ими вознаграждение; прогнозируемые существенные факторы риска. Каналы распространения информации должны быть доступны всем пользователям.

6. Обязанности совета директоров.

Система корпоративного управления должна обеспечивать стратегическое управление компанией, эффективный контроль за менеджментом со стороны совета директоров, а также его подотчетность по отношению к компании и акционерам.

Указанные базовые принципы корпоративного управления приняты за стандарт членами ОЭСР и многими другими странами.

Они используются как один из 12 ключевых стандартов Форума финансовой стабильности (Financial Stability Forum) и Мирового банка для совершенствования корпоративного управления на развивающихся рынках. Международная сеть корпоративного управления (International Corporate Governance Network) признает Принципы ОЭСР как декларацию минимальных приемлемых стандартов корпоративного управления для компаний и инвесторов во всем мире и предлагает свое видение Принципов ОЭСР с комментариями и дополнениями. Конфедерация ассоциаций европейских акционеров на основании Принципов ОЭСР издала собственные директивы – Основные принципы корпоративного управления [3].

Многие ученые в области корпоративного управления отмечают, что наличие специально разработанного для определенной корпорации кодекса корпоративного управления является своего рода внешним признаком качественной системы корпоративного управления. К данному кодексу должны прилагаться различные положения, дополняющие и раскрывающие его суть.

Также основополагающими элементами формирования качественной системы корпоративного управления являются вопросы, касающиеся определения системы вознаграждения Генерального директора, членов правления и обеспечения своевременного раскрытия полной и достоверной информации об обществе собственникам.

Система вознаграждения Генерального директора должна быть «привязана» к росту стоимости корпорации (если это является целью собственников) либо к достижению поставленных стратегических целей функционирования компании.

Своевременное раскрытие полной и достоверной информации об обществе находится в прямой зависимости от качества работы корпоративного директора. Поэтому деятельность комитетов по подбору управленческого персонала должна быть налажена [1].

Таким образом, очевидно, что реальное выполнение всех принципов эффективности корпоративного управления невозможно без применения системного подхода, то есть каждый элемент системы корпоративного управления должен функционировать и эффективно взаимодействовать с другими элементами исходя из целей корпорации.

Список литературы:

1. Антонов В.Г. Корпоративное управление / В.Г. Антонов и др. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2016. – 288 с.
2. Голикова Ю.А. Организация и управление корпорациями в мировой экономике. – Хабаровск: Хабар. гос. акад. экономики и права, 2015. – 96 с.
3. Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компании / У. Баффетт, сост., авт. введ. Л.А. Каннингем; пер. с англ. Ю. Гальцева и др. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. – 266с.
4. Куницын А. Корпоративное управление. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 221с.
5. Инвесторы готовы доплачивать от 10 до 40% от стоимости их акций [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – № 148 (25170). – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/337373>.

УДК 659.1:368

Соболева Ю.П., Маслова Т.В.

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ

Соболева Юлия Павловна, ведущий научный сотрудник, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», РФ, 302028, г.Орел, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: soboleva-yp@yandex.ru

Маслова Татьяна Владимировна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12, e-mail: tata.maslova2017@yandex.ru

В статье рассматривается воздействие и влияние рекламы страховых услуг, психологии продажи страховых продуктов на человека. Рассмотрены основные психологические факторы, которые необходимы для достижения высоких результатов в продаже страховых продуктов. Акцентируется внимание на особенностях современной страховой рекламы, страховых продуктов и их продвижения на рынок при помощи рекламы и PR-кампаний.

Ключевые слова: страхование, реклама, имидж, страховой продукт, клиент, СМИ, страховщик, рынок страховых услуг, эффективность рекламы.

Всем известно, что реклама – одна из важнейших составляющих, необходимая для