

Второй приём, который используем при дифференциации доходов, — распределение всех должностей компании на категории по степени влияния на конечный результат холдинга: основной, вспомогательный и обеспечивающий персонал (от принадлежности к соответствующей категории персонала зависит соотношение базовой (оклад) и переменной (премия) частей совокупного ежемесячного вознаграждения (дохода)). Оклад — гарантированное вознаграждение работнику на должности, премия — вознаграждение, которое выплачивается на основании выполнения ключевых показателей эффективности, которые разработаны для каждой должности компании.

В результате описанных решений получена прозрачная и понятная система мотивации, взаимодействующая в одно единое целое сложность и важность должности, потенциал (результаты оценочных процедур по ключевым компетенциям, корпоративным и профессиональным знаниям в процессе аттестации) сотрудника, его лояльность к компании (учёт стажа работы) и результативность, влияющую на размер переменной части дохода, рассчитываемый на основе оценки индивидуальных KPI.

Обобщая вышеописанное, можно сделать вывод о том, что разработанная в компании система управления мотивацией напрямую связана с потенциалом и результативностью каждого сотрудника компании и позволяет увеличивать доход персонала в прямой пропорциональной зависимости при увеличении сотрудником своего потенциала (мотивация к обучению и увеличению профессионализма) и результативности (мотивация к улучшению персональных значений KPI). И, как следствие, повышению личной эффективности и повышению эффективности компании в целом. Очень важно, что такой подход к мотивации сотрудников делает процесс начисления заработной платы прозрачным и понятным персоналу, создаёт чувство справедливости в оценке труда, создаёт предпосылки к постоянному желанию самосовершенствования и карьерного роста, стабильности и уверенности в завтрашнем дне.

Список цитируемых источников

1. Тележников, В. И. Менеджмент : учеб. пособие / В. И. Тележников ; под ред. Н. П. Беляцкого. — Минск : БГЭУ, 2008.
2. Друкер, П. Управление в обществе будущего / П. Друкер. — М. : Вильямс, 2007.

Материал поступил в редакцию 07.02.2012 г.

УДК 334

Д. В. Сысоев
Харьковская национальная академия
городского хозяйства,
г. Харьков, Украина

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ УЧАСТНИКОВ КОРПОРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Введение. Структурная трансформация экономики, расширение масштабов деятельности экономических субъектов, развитие и комбинирование различных форм предпринимательских объединений, повышение активности всех участников рыночных отношений предопределяют изменение управленческих ориентиров, усложнение менеджмента и углубление взаимодействия с внешним окружением корпораций. Сегодня эффективность корпоративного управления зависит от большего количества факторов внутренней и внешней среды, что расширяет круг участников корпоративных отношений, которые в той или иной степени влияют на деятельность корпораций, а значит, требует учёта их целей и интересов, совершенствования механизмов регулирования и развития корпоративных отношений.

Актуальность проблемы обеспечения эффективности корпоративного управления усугубляется наличием внутренних и внешних корпоративных противоречий, которые обусловлены как объективными, так и субъективными причинами, что приводит к дисбалансу и конфликтам интересов участников корпоративных отношений. Одним из ключевых направлений решения данной проблемы является информационно-аналитическое обеспечение корпоративного управления, качественная организация которого позволяет удовлетворить потребности всех участников корпоративных отношений в той информации о состоянии, деятельности и потенциальных возможностях компании, которая наиболее необходима им для принятия управленческих решений, реализации акционерных прав, контроля за финансово-хозяйственной деятельностью или оценки выполнения экономических, правовых, этических и социальных обязанностей компанией. Таким образом, отчётность корпораций и степень раскрытия ими информации о себе и своей деятельности становятся одним из важнейших показателей оценки уровня качества корпоративного управления.

Материалы и методы исследования. Широкое распространение и стремительное развитие корпораций, необходимость эффективного управления ими в условиях трансформации общества обуславливают

необходимость научного изучения проблем корпоративного управления. Весомый вклад в их исследование внесли известные зарубежные и отечественные учёные: И. Ансофф, Дж. Пир, С. Дипиаза, Р. Ла Порта, Б. Стeward, В. Шейн, М. Хессель, А. В. Бандурин, Г. Б. Клейнер, С. А. Орехов, А. Е. Ачкасов, В. А. Евтушевский, Т. В. Момот, Г. В. Назарова, Е. М. Палига, Р. Б. Тянь, М. Г. Чумаченко и др.

Изучению корпоративного управления как системы корпоративных отношений, в основе которых лежат различные общественно-экономические интересы их участников, посвящены научные работы Г. Винтена, Дж. Фрумена, М. И. Гераськина, А. Т. Зуба, Д. В. Исаева, С. С. Ковальчука, Л. Никитиной, И. В. Прочанкиной. Общей тенденцией исследования проблемы учёта и сбалансирования интересов участников корпоративных отношений является переход от теории агентских отношений, которая охватывала только внутрикорпоративные отношения, к теории заинтересованных сторон (стейкхолдеров), в рамках которой рассматривается широкий круг организаций, групп и индивидов, которые создают так называемые «коалиции участников бизнеса или влияния» [1], от удовлетворения интересов и сотрудничестве с которыми зависит успешность деятельности и развития корпораций.

Однако, в аспекте информационного обеспечения корпоративного управления, тенденция расширения круга участников корпоративных отношений пока не нашла широкого развития. Большинство работ, посвящённых исследованию этой тематики, ограничиваются традиционными вопросами информационного обеспечения принятия управленческих решений менеджментом корпораций, интересов акционеров или создания корпоративных информационных систем [2—6], а значит, проблема информационно-аналитического обеспечения всех участников корпоративных отношений требует более детального исследования.

Целью статьи является теоретическое обоснование необходимости информационно-аналитического обеспечения интересов участников корпоративных отношений для повышения качества корпоративного управления.

Результаты и их обсуждение. Корпоративные отношения должны учитывать разнонаправленные цели, права и интересы их участников, основанные на различных ожиданиях от результатов деятельности корпораций. Поэтому для удовлетворения, согласования и координации этих целей и интересов необходимо чётко очертить круг участников корпоративных отношений, что требует их системной классификации.

Существующие подходы к классификации стейкхолдеров используют различные методические инструменты, основными из которых являются таблицы интересов, матрицы «влияние — интерес», «поддержка — сила влияния», «сила воздействия — интерес — положения», «карты заинтересованных сторон», интегральная мера оценки окружения бизнеса, позволяющие классифицировать участников корпоративных отношений по характеру институциональной формы, принадлежности и взаимодействию с корпорацией, в зависимости от степени влияния, личного участия в её деятельности и функций, которые они выполняют [7—10]. Согласно этим классификациям выделяют следующие основные группы стейкхолдеров: владельцы, акционеры, менеджеры, работники, институциональные инвесторы, финансовые учреждения, представители государственной и местной власти, потребители продукции, поставщики, бизнес-партнёры, конкуренты, профессиональные объединения, некоммерческие и общественные организации, средства массовой информации, территориальная община.

Очевидно, что все участники корпоративных отношений (даже конкуренты, при условии добросовестной конкуренции) заинтересованы в стабильном состоянии и успешной деятельности компании и влияют на неё через управление, контроль, регулирование, оценки, конкуренцию, финансирование, потребления и другие виды участия в деятельности корпорации. Однако, различные институциональный статус, цели, интересы и функции участников корпоративных отношений обуславливают различный характер взаимодействия с ними, а значит и разную степень их влияния, т. е. неодинаковую значимость того или иного субъекта корпоративного управления.

Определяя статус участников корпоративных отношений, следует учесть особенности организации управления акционерным обществом, которые предусматривают наличие трёхуровневой системы управления, включающей такие органы управления, как общее собрание акционеров, наблюдательный совет и исполнительный орган (правление), а также обязательную систему контроля за финансово-хозяйственной деятельностью общества, в состав которой входит, кроме наблюдательного совета, внутренняя ревизионная комиссия, причём каждый орган играет свою особую роль в корпоративном управлении и может также считаться участником корпоративных отношений.

Высокое качество корпоративного управления достигается обеспечением защиты законных прав участников корпоративных отношений, ключевым из которых является право на получение ими полной и достоверной информации о деятельности компании, т. е. обеспечением «прозрачности» бизнеса. В этом аспекте важным является анализ информационных потребностей всех заинтересованных сторон, исходя из их целей, интересов и характеристик с учётом возможных рисков (последствий) для корпорации при неудовлетворении этих потребностей, что позволит сгруппировать информацию по целевому назначению и значимости для каждой группы участников.

Система корпоративного управления должна обеспечивать своевременное и точное раскрытие информации по всем важнейшим вопросам, касающимся деятельности компании, включая финансовое положение, состав собственников, структуру управления и результаты деятельности. Состав и структура этой

информации должны не только соответствовать требованиям международных стандартов раскрытия информации и аудита, но и быть аналитическими по характеру, что даст возможность определять вклад различных составляющих (управленческих, структурных, функциональных, ресурсных) в конечный результат деятельности компании, а также оценивать степень воздействия на него различных факторов внутренней и внешней среды, в том числе и различных групп стейкхолдеров.

В большинстве развитых стран существует практика публичного раскрытия информации (как в обязательном, так и в добровольном порядке) о корпорациях, акции которых котируются на фондовых биржах, и крупных частных компаниях, которая распространяется среди широкого круга пользователей — участников корпоративных отношений. Эффективная организация процесса раскрытия информации помогает привлекать капитал и поддерживать доверие к рынкам капитала, объективно оценивать достижения корпорации и разрабатывать стратегию дальнейшего развития, оценивать качество управления и оптимальность использования ресурсов, понимать структуру и направления деятельности компании, анализировать имеющиеся и возможные риски в её деятельности, контролировать корпоративную политику в отношении экологических и этических стандартов и т. д.

Современные тенденции развития корпоративного управления требуют доступа всех участников корпоративных отношений к регулярной, надежной, сравнительной и достаточно детальной информации о деятельности компании.

Общие требования к информационно-аналитическому обеспечению стейкхолдеров формируются, исходя из принципов корпоративного управления, подчеркивают ключевую роль информации в обеспечении прав и интересов всех заинтересованных сторон:

- обеспечение полноты и достоверности информации о деятельности компании за счёт приведения её состава и структуры в соответствие с требованиями международных стандартов раскрытия информации и аудита;
- совершенствование способов раскрытия информации для обеспечения равноправного и не связанного со значительными затратами доступа пользователей к информации;
- установление оптимальных сроков представления и публикации открытой информации;
- урегулирование вопросов, связанных с использованием инсайдерской информации.

Главными особенностями современного информационно-аналитического обеспечения участников корпоративных отношений является значительное расширение перечня информации для удовлетворения их целей и интересов, управление информационными потоками и исследовательский характер самого обеспечения. Первая особенность обусловлена возрастанием роли социальной ответственности корпораций перед обществом, что требует формирования социальных отчётов для создания желаемого (требуемого) представления о корпорации (корпоративный образ) согласно концепции установления корпоративных связей и влияния во внешней среде. Вторая — целенаправленным движением различных видов информации в процессе взаимодействия участников корпоративных отношений, что требует формирования, управления и оптимизации информационных потоков на принципах логистики (удовлетворение потребностей конкретного участника в информации в нужное время, в нужном месте, объёме и качестве с минимальными затратами). Третья — необходимостью комплексного аналитического исследования (мониторинг, сравнительный анализ, обобщение и структуризация данных, моделирование и т. д.) деятельности компании, его составных функций в условиях динамичного развития и многофакторного воздействия с целью качественной подготовки и обоснования вариантов решений отдельными участниками корпоративных отношений в сфере своих интересов.

Заключение. Научные основы корпоративного управления как системы отношений различных заинтересованных сторон определяют ключевую роль информационно-аналитического обеспечения в достижении его качества. Рассмотренные аспекты классификации стейкхолдеров, причины слабого развития, требования, особенности и направления информационно-аналитического обеспечения показывают, что оно является действенным комплексным инструментом удовлетворения интересов различных участников корпоративных отношений, направленным на минимизацию корпоративных конфликтов и создание баланса интересов различных групп заинтересованных сторон.

В работе определены этапы организации информационно-аналитического обеспечения интересов участников корпоративных отношений и показаны основные эффекты его воздействия на качество корпоративного управления в корпорациях.

Список цитируемых источников

1. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент. Теория и практика : учебник / А. Т. Зуб. — М. : АСПЕКТ ПРЕСС, 2002. — 262 с.
2. Татарчук, М. І. Корпоративні інформаційні системи : навч. посібник / М. І. Татарчук. — К. : КНЕУ, 2005. — 291 с.
3. Циганенко, Г. В. Інформаційне забезпечення системи корпоративного управління / Г. В. Циганенко // Вісн. Житомир. державного технологіч. ун-ту. Економічні науки. — 2007. — № 1(39). — С. 403—414.
4. Исаев, Д. В. Информационный аспект корпоративного управления стратегического менеджмента : [в ? т.] / Д. В. Исаев // Эконом. вестн. Ростов. гос. ун-та. — 2008. — Т. 6. — № 3. — С. 114—119.

5. *Федорович, Т. В.* Информационно-аналитическое обеспечение участников корпоративных отношений с позиции функционально-управленческого подхода / Т. В. Федорович // Учет и аудит. — 2010. — № 1. — С. 82—88.
6. *Орлова, Н. С.* Механізми розвитку корпорацій в інформаційному суспільстві : монографія / Н. С. Орлова. — Донецьк : Ноулідж, 2011. — 370 с.
7. *Гераськин, М. И.* Согласование экономических интересов в корпоративных структурах : монография / М. И. Гераськин. — М. : Анко, 2005. — 293 с.
8. *Педько, А. Б.* Собственность, контроль и конфликт интересов в акционерных обществах : монография / А. Б. Педько. — Харьков : ИНЖЭК, 2008. — 448 с.
9. *Прочанкина, И. В.* Согласование интересов участников корпоративных отношений как фактор повышения эффективности управления корпорацией : автореф. дис. ... канд. эконом. наук : 08.00.05 / И. В. Прочанкина ; ГУУ. — М. : [б. и.], 2009. — 23 с.
10. *Никитина, Л. М.* Классификация стейкхолдеров в процессе формирования социально ответственного поведения компании / Л. М. Никитина // Вестн. Северо-Кавказ. гос. технолог. ун-та. — 2010. — № 2(23). — С. 56—61.
11. *Попов, О. С.* Склад учасників корпоративних відносин у акціонерному товаристві / О. С. Попов // Економічний простір. — 2009. — № 23/2. — С. 266—272.

Матеріал поступив в редакцію 10.02.2012 г.