

Список использованных источников

1. Венский вальс / Имперское общество учителей танца. – Лондон: ISTD, 1987. – 58 с.
2. Латиноамериканские танцы. В 5-ти частях / Имперское общество учителей танца. – Лондон: ISTD, 2001. – 192 с.
3. Лэрд У. Техника исполнения латиноамериканских танцев. В 2-х частях / У. Лэрд. – Лондон: ISTD, 1988. – 163 с.
4. Смит-Хемпшир Г. Венский вальс / Г.Смит-Хемпшир. – Лондон: ISTD, 1987. – 58 с.
5. Техника бальных танцев / Имперское общество учителей танца. – Лондон: ISTD, 2000. – 136 с.
6. Ховард Г. Техника исполнения стандартных танцев / Г.Ховард. – Лондон: ISTD, 2000. – 144 с.

Берзинь Е.В., канд. экон. наук, доцент БГЭУ, г. Минск

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Повышение инвестиционной привлекательности – задача, которая всегда актуальна как для каждого отдельно взятого предприятия, так и для экономики страны, в целом. Необходимым элементом инвестиционной привлекательности компании и условием, при котором эмитент может выйти на рынок капитала, является внедрение в практику норм и повышение качества корпоративного управления. Эффективное корпоративное управление является стимулом для инвесторов к покупке акций. Инвесторы готовы платить премию за акции компаний с грамотным корпоративным управлением. Это связано с тем, что корпоративное управление снижает риски возникновения кризисных ситуаций или, по крайней мере, увеличивает вероятность их успешного разрешения.

Рассмотрим, что же подразумевают под собой термин «корпоративное управление». Корпоративное управление (*corporate governance*) обычно определяется как система взаимодействия между акционерами и руководством компании, с помощью которой реализуются права акционеров; комплекс механизмов, позволяющих акционерам контролировать деятельность руководителей компании и разрешать возникающие проблемы.

Мировой практикой десятилетиями выработаны различные модели, принципы и механизмы корпоративного управления. Так, часто выделяются: *англо-американская континентальная (германская), азиатская (японская)* модели.

В целом *англо-американской* модели на практике свойственны:

– постоянное увеличение числа независимых внешних акционеров, в том числе институциональных (пенсионных фондов, страховых компаний и пр.), которым сейчас принадлежит половина акций американских корпораций. Только акционеры могут влиять на принятие стратегических решений. Менеджеры и работники выступают как их агенты, получающие определенные права по управлению корпорацией:

– четкая законодательная регламентация деятельности корпорации, прав и обязанностей менеджеров, директоров и акционеров. Данная модель ориентирована на повышение стоимости компании, ее прибыльности в краткосрочном периоде. Это требует высокой гибкости системы управления, позволяющей оперативно приспособить компанию к большей подвижности внешней среды, эффективно реализовывать

инновационные и рискованные проекты. Процесс корпоративного управления в данной модели реализуется унитарным (одноуровневым) советом директоров, состоящим в среднем из 10-12 человек, и главным управляющим (президентом), принимающим все основные решения и также являющимся членом совета. Большинство директоров в компании – независимые, в составе совета они обычно составляют 3/4. Управленческие и наблюдательные функции независимых и исполнительных директоров законодательством США не разделяются, определяется лишь ответственность совета в целом за дела корпорации. Вопрос о разделении функций решают акционеры.

Основной обязанностью совета директоров в США является защита интересов акционеров и всемерное увеличение их благосостояния. Совет директоров формирует корпоративную политику и стратегию (прежде всего, в финансовой сфере), назначает и должностных лиц корпорации, осуществляет финансовый контроль, оценку деятельности главного управляющего, соблюдение законов и корпоративной этики. Критерием эффективности и качества управления со стороны президента и его команды является прибыль и курс акций. Если они падают, инвесторы начинают продавать на фондовом рынке принадлежащие им ценные бумаги, что, в свою очередь, создает угрозу враждебных слияний и поглощений.

Континентальная (германская) свойственна ФРГ и большинству стран Западной Европы (Австрии, Швейцарии, Швеции, Финляндии и др.). Континентальная модель предусматривает существование трех органов управления акционерным обществом – общее собрание, совет директоров (наблюдательный совет) и правление. Существует четкое разделение функций между перечисленными органами управления. Общее собрание акционеров – высший орган управления, в полномочия которого входит решение ключевых вопросов деятельности акционерного общества; совет директоров выполняет наблюдательные функции, правление – управленческие и распорядительные. Состав правления определяется наблюдательным советом, срок полномочий членов правления ограничивается пятью годами (с возможностью продления еще на один срок). Члены правления осуществляют текущее руководство компаний коллегиально, для них установлены некоторые ограничения, касающиеся других видов деятельности (действует принцип «запрета конкуренции») и предусмотрена ответственность перед акционерным обществом как солидарных должников.

Азиатская модель по структуре органов управления в целом не отличается от американской, однако у нее есть особенности практических (неформальных) аспектов деятельности. Важная роль принадлежит банкам, которые являются главными акционерами, определяющими финансовую и инвестиционную политику, одновременно, кредиторами. Кроме того, большое влияние имеют промышленно-финансовые группы, различные неформальные объединения (профессиональные ассоциации, клубы и др.).

Существующие в разных странах модели и механизмы корпоративного управления законодательно закреплены государством. Однако, что законодательство не регулирует, да и не может регулировать все вопросы, возникающие в связи с управлением эмитентом. Детализация юридических норм препятствует работе обществ, поскольку каждое из них уникально и особенности его деятельности не могут быть полностью регламентированы. К тому же, законодательные органы оказываются не в состоянии своевременно реагировать на изменения практики корпоративного поведения, поскольку усовершенствование законов требует значительного времени.

Поэтому часто законодательство либо вообще не содержит положений, регулирующих соответствующие отношения, либо устанавливает общие правила, оставляя за участниками таких отношений возможность выбора варианта поведения.

Практика корпоративного управления находит свое отражение в документе, называемом «Кодекс корпоративного поведения (управления)». Кодекс существует в виде типового документа, его положения базируются на признанных в международной практике принципах корпоративного управления, разработанных Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в соответствии с которыми в последние годы рядом других государств были приняты кодексы корпоративного управления и аналогичные им документы. Документ представляет собой свод рекомендаций. Применение положений Кодекса должно быть добровольным, основанным на стремлении повысить привлекательность общества в глазах существующих и потенциальных инвесторов. В Кодексе раскрываются основные принципы наилучшей практики корпоративного поведения, в соответствии с которыми общества могут строить свою систему корпоративного поведения, а также содержатся рекомендации по практической реализации данных принципов и раскрытию соответствующей информации. При формировании собственной политики корпоративного поведения общества могут самостоятельно определять, каким правилам и процедурам, рекомендованным Кодексом, им следовать, и (или) разрабатывать иные правила и процедуры в соответствии с принципами корпоративного поведения, раскрытыми в Кодексе.

В то же время, организаторы торговли на рынке ценных бумаг в качестве одного из обязательных условий включения ценных бумаг эмитентов в котировальные листы, требуют представления эмитентами ценных бумаг информации о следовании положениям Кодекса корпоративного поведения. Эмитент, предоставляющий отчетность на биржу, обязан раскрывать информацию не только по показателям хозяйственно-финансовой деятельности, но и о том, следует ли акционерное общество положениям Кодекса. Раздел «Корпоративное поведение» в годовом отчете содержит информацию о следовании конкретным положениям документа, в том числе, о наличии в составе совета директоров (наблюдательного совета) независимых директоров, о комитетах совета директоров, о системе контроля за финансово-хозяйственной деятельностью акционерного общества.

Так, требования европейских и российских бирж предполагают наличие в составе совета директоров как минимум трех независимых членов. Российский кодекс также рекомендует обществам формировать совет таким образом, чтобы он состоял на ? (не менее трех лиц) из независимых директоров. Там же определены и критерии «независимого директора». Таковым признается лицо, которое:

- не является в течение последних 3 лет должностными лицами (управляющим) или работниками общества, а также должностными лицами или работниками управляющей организации общества;

- не является аффилированными лицами общества, а также аффилированными лицами таких аффилированных лиц;

- не является сторонами по обязательствам с обществом, в соответствии с условиями которых они могут приобрести 10 и более процентов совокупного годового дохода;

- не являющихся крупным контрагентом общества (совокупный объем сделок общества с которым в течение года составляет 10 и более процентов балансовой стоимости активов общества);

- не являющихся представителями государства и др.

В составе совета директоров также необходимо создать комитеты по стратегическому планированию, по аудиту, по кадрам и вознаграждениям, по урегулированию корпоративных конфликтов. Кроме того, обязательно наличие корпоративного секре-

таря, главной задачей которого является контроль за соблюдением положений кодекса и защита прав и интересов акционеров. Секретарь назначается и подотчетен совету.

Поэтому для эмитента, желающего разместить акции на рынке, Кодекс корпоративного поведения имеет не просто рекомендательный, но и обязательный характер, для чего он должен разработать свой внутренний Кодекс. При формировании собственной политики корпоративного поведения предприятия могут самостоятельно определять, каким правилам и процедурам, рекомендованным Кодексом, им следовать или разрабатывать иные правила и процедуры в соответствии с общими принципами.

Несмотря на общую тенденцию сближения классических моделей управления, единых стандартов пока не выработано и в каждой стране система корпоративного управления имеет свои отличительные особенности, обусловленные историческими традициями, уровнем развития экономики, законодательными ограничениями. Поэтому западные модели требуют адаптации в условиях национальной экономики, необходимы предпосылки для внедрения прогрессивных механизмов корпоративного управления, такие как, создание профессиональных ассоциаций, формирование сообщества независимых директоров, корпоративных секретарей. Установление общепринятых стандартов будет содействовать развитию фондового рынка в стране и обеспечит возможность выхода белорусских эмитентов на внешние рынки капитала.

Литература:

1. Кодекс корпоративного поведения. Распоряжение ФКЦБ от 4 апреля 2002 г. № 421/р «О рекомендации к применению кодекса корпоративного поведения»// Федеральная комиссия по рынку ценных бумаг. [Электронный ресурс]/Режим доступа: http://www.fcsm.ru/ru/legislation/corp_management_study/corp_codex/- Дата доступа: 01.03.2013

2. Силова, Е.С. Сравнительный анализ моделей корпоративного управления/Силова Е.С.// Вестник Челябинского государственного университета.- 2011 №32(247).- Экономика.- Вып.34. С.104-107

Г.А. Бондаренко, канд. экон. наук, УО «БГЭУ», (г. Минск)

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Современный подход к организации ресторанного дела требует принятия решения по вопросу, имеющему особую важность для развития и успеха предприятия. Это выбор и разработка концепции будущего предприятия.

Слово «концепция» происходит от латинского «conception» (восприятие) и означает систему взглядов на те или иные явления, общий замысел. Таким образом, концептуальный ресторан – это ресторан, построенный вокруг какой-то идеи, замысла, имеющий ярко выраженную индивидуальность, собственное лицо. По мнению специалистов ресторанного дела, если ресторан не несет никакой идеи – у него нет шансов на успех.

Целью создания концепции является рассмотрение ресторана с точки зрения единой маркетинговой системы, осуществляющей продажи, где все составляющие ее элементы выполнены в соответствии с единой стратегией, определяемой концепцией.

Непосредственно разработке концепции ресторана должны предшествовать проведение маркетинговых исследований и маркетинговое обоснование целесообразности создания проекта ресторана. Очень важно на данном этапе провести сегментацию и