

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Молохович М. В.

Белорусский государственный университет
г. Минск, Республика Беларусь

Одним из ключевых направлений повышения эффективности деятельности корпоративных формирований, функционирующих в различных отраслях народного хозяйства, является совершенствование и развитие сложившихся в них систем корпоративного управления. Ведь данный тип управления представляет собой совокупность приемов, способов и механизмов целенаправленного воздействия на систему взаимоотношений экономических субъектов в рамках корпоративной структуры, призванную обеспечить гармонизацию интересов всех участников корпоративных отношений и достижение синергетического эффекта от совместной деятельности. Он предопределяет эффективность протекания всех внутрифирменных процессов, придает им упорядоченность, согласованность и прозрачность. Вместе с тем достижение столь впечатляющих результатов не является неотъемлемым свойством корпоративного управления и возможно лишь в случае его правильной организации и непрерывного развития, что, в свою очередь, не представляется возможным без постоянного оценивания достигнутых результатов и своевременного внесения необходимых корректировок. Иными словами, разработке перспективных программ повышения эффективности корпоративного управления должна предшествовать комплексная оценка эффективности его осуществления, позволяющая выявить узкие места и недоработки в его организации.

Исследование существующей на сегодняшний день методологической базы проведения оценки эффективности корпоративного управления показало, что наиболее часто применяемыми методами оценки являются: метод рейтинговой оценки, метод оценки на основании определения рыночной стоимости организации, сравнительный метод, а также метод оценки эффективности корпоративного управления на основании анализа подсистем. Каждый из перечисленных методов имеет свои преимущества и недостатки, но в целом они зарекомендовали себя как достаточно сложные и трудоемкие подходы, зачастую требующие привлечения внешних специалистов. Именно поэтому в последнее время крупные организации и объединения все чаще предпочитают обращаться за помощью в специализированные организации и рейтинговые агентства.

Однако данные действия целесообразны лишь тогда, когда возникает потребность в получении максимально точных результатов оценки, например в ситуации, когда компания заинтересована в привлечении инвестиций, а инвестор стремится убедиться в отсутствии риска потерь финансовых вложений. Здесь требуется тщательная оценка всех аспектов деятельности организации и, в первую очередь, оценка эффективности корпоративного управления, оказывающего непосредственное влияние на конечные результаты ее функционирования. Но оценка нужна и для мониторинга текущего состояния существующей системы корпоративного управления с целью выявления недостатков и определения приоритетных направлений ее дальнейшего развития. В этом случае можно обойтись собственными силами компании, используя более простые подходы к оценке, позволяющие относительно легко и быстро получить необходимые результаты. В качестве одного из них нами предлагается трехэтапная методика оценки эффективности корпоративного управления, предназначенная для выполнения экспресс-диагностики уровня его развития.

На первом этапе следует оценивать показатели финансовой устойчивости, рентабельности и ликвидности, установив величину их изменения в отчетном году по сравнению с предшествующим. Если прослеживается положительная динамика в изменении данных показателей, значит существующая в организации система корпоративного управления функционирует достаточно эффективно. В противном случае возникает потребность детального анализа процессов формирования данных показателей с целью выявления причин возникновения негативных тенденций в изменении их величин. На втором этапе необходимо определить величину затрат на организацию корпоративного управления в компании и рассчитать эффект от реализации управленческого воздействия. Если полученный эффект превысит понесенные затраты, то существующая в организации система корпоративного управления является эффективной. В случае равенства величин показателей или превышения затрат над полученным эффектом возникает потребность ее детального исследования и совершенствования. На третьем этапе следует сравнить количество управленческих решений, принесших компании положительный экономический эффект в отчетном и базисном годах, а также доли таких решений в их общем количестве. Рост величины исследуемых показателей будет также свидетельствовать о росте эффективности корпоративного управления.

Использование предложенной методики позволит получить общее представление об эффективности корпоративного управления в

компании и принять правильное решение при обосновании направлений и выборе средств его дальнейшего совершенствования и развития.

УДК 338

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ФОРСАЙТИНГА: НАПРАВЛЕНИЯ, ЦЕЛИ, ОРИЕНТИРЫ

Молохович М. В.

Белорусский государственный университет
г. Минск, Республика Беларусь

Непрерывный поиск эффективных средств ведения бизнеса, их совершенствование и развитие является приоритетной задачей каждого хозяйствующего субъекта, от решения которой напрямую зависит не только его текущее экономическое состояние, но и долгосрочное положение на рынке. В этих реалиях успешной является лишь та организация, которая сумела сформировать действенный инструментарий реагирования на изменения внешней среды, выработать эффективную стратегию деятельности и разработать четкий план действий по ее реализации, соответствующий требованиям времени. Все это и обуславливает повышенный интерес ученых и практиков к выработке перспективных способов и технологий построения будущих сценариев развития компании, среди которых особое место отводится форсайтингу.

В наиболее общем виде форсайтинг представляет собой методологию управления и стратегического планирования, позволяющую формировать новые направления развития организации в непрерывно изменяющейся внешней среде. Его суть состоит в т. н. управлении будущим, когда через целенаправленное управление имеющимися в распоряжении организации конкурентными преимуществами, перспективами и возможностями создается желаемый сценарий его развития, а менеджеры, принимающие стратегически важные решения, полностью осознают ответственность за отдаленные результаты своих сегодняшних действий. Иными словами, основная цель форсайтинга состоит в формировании желаемого образа будущего компании и выборе наиболее эффективных стратегий его достижения. Но добиться ее реализации возможно лишь в случае непрерывного отслеживания и анализа изменений, происходящих в экономической, научной, технологической и иных сферах жизни общества, что позволит улавливать тенденции будущего мира, предвидеть возможные варианты его развития и создавать наиболее приемлемые и выгодные для себя модели хозяйствования. А это, в