

Таким образом, для ЧТУП «ЭтикетСервис» было выбрано 22 показателя эффективности, с помощью которых предприятие сможет измерить достижение поставленных целей по четырем блокам ССП.

Библиографические ссылки

1. Одинцов Б. Е., Романов А. Н. Моделирование процесса приведения предприятия в сбалансированное состояние // Управленческие науки. 2016. № 2. С. 101–112.
2. Тихонов Е. Н. Показатели сбалансированной системы показателей для ИТ-консалтинговой компании : [сайт] // Russian journal of education and psychology. 2012. № 7(15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazateli-sbalansirovannoy-sistemy-pokazateley-dlya-it-konsaltingovoy-kompanii/viewer> (дата доступа: 19.01.2021).

УДК 338.24(100)

МИРОВОЙ ОПЫТ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

М. В. Молохович

*Кандидат экономических наук,
доцент кафедры инноватики и предпринимательской деятельности
экономического факультета Белорусского государственного университета, г. Минск*

Статья посвящена исследованию мирового опыта оценки эффективности корпоративного управления. Изучена специфика ее проведения на современном этапе развития экономики. Определена роль рейтинговых агентств в осуществлении данного процесса. Рассмотрена деятельность наиболее известных международных и национальных рейтинговых агентств. Выявлены преимущества и недостатки проводимой ими оценки, а также значимость полученных результатов в обеспечении дальнейшего повышения эффективности корпоративного управления.

Ключевые слова: корпоративное управление; оценка эффективности; рейтинговые агентства; критерии оценки; мировой опыт.

WORLD EXPERIENCE IN EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF CORPORATE GOVERNANCE

M. V. Malakhovich

*PhD in Economics, Associate Professor of Innovation and Entrepreneurship Department
at the Faculty of Economics of the Belarusian State University, Minsk*

The article is devoted to the study of world experience in assessing the effectiveness of corporate governance. The specificity of its implementation at the present stage of economic development has been studied. The role of rating agencies in the implementation of this process has been determined. The activity of the most famous international and national rating agencies is considered. The advantages and disadvantages of the assessment carried out by them, as well as the significance of the results obtained in ensuring a further increase in the efficiency of corporate governance, are revealed.

Keywords: corporate governance; performance assessment; rating agencies; assessment criteria; world experience.

Корпоративное управление является одним из важнейших инструментов обеспечения эффективного функционирования компании. Его обоснованная организация способна не только придать упорядоченность всем внутрифирменным процессам и взаимоотношениям, но и обеспечить их прозрачность, способствуя тем самым повышению инвестиционной привлекательности фирмы. И именно корпоративное управление определяет механизмы, посредством которых формируются цели предприятия, организации или объединения, определяются средства их достижения и способы контроля [1]. В этой связи потребность исследования различных аспектов построения эффективных систем корпоративного управления, их функционирования и развития приобретает особую актуальность. Причем наиболее пристального внимания заслуживает решение проблем оценки эффективности данного управления, результаты которой выступают основой для разработки программ ее дальнейшего повышения.

Как уже было отмечено эффективность корпоративного управления является неотъемлемым элементом достижения высокой результативности бизнеса, в силу чего ее оценка является первоочередной задачей каждого хозяйствующего субъекта стремящегося к успеху. Но если совсем недавно решение данной задачи было исключительно внутренним делом компании и осуществлялось ее собственными силами, то в последнее время для проведения оценки эффективности корпоративного управления все чаще привлекаются специализированные организации. Это обусловлено множеством причин, важнейшей среди которых является потребность в получении максимально точных результатов. Ведь несмотря на то, что решение проблем совершенствования и повышения качества корпоративного управления имеет огромное значение для всех организаций, оно все же является особо значимым для субъектов хозяйствования, претендующих на привлечение инвестиций, и для инвесторов. Потребность минимизации риска потерь финансовых вложений требует тщательной оценки всех аспектов деятельности организации и, в первую очередь, оценки эффективности корпоративного управления, от уровня развития которого напрямую зависят результаты деятельности компании. Однако, в условиях резкого роста объемов и ускорения информационных потоков, даже крупным объединениям сложно обрабатывать и систематизировать огромные массивы информации, влияющей на эффективность их функционирования. В итоге во многих странах возникла потребность создания специализированных рейтинговых агентств, осуществляющих информационное посредничество посредством формирования системы рейтингов.

На сегодняшний день наиболее известными в мире международными рейтинговыми агентствами являются Fitch Ratings, Standard & Poors и Moody's. Данные агентства рассчитывают огромное количество рейтингов, в том числе и в сфере корпоративного управления, присваивая организациям не только международные, но и национальные рейтинги. Основным преимуществом сотрудничества с ними является формирование имиджа компании и придание ей весомости в глазах других контрагентов рынка, так как наличие рейтинга этих агентств является очень престижным. Вместе с тем, следует отметить, что международные агентства в процессе оценки используют общие методики, не учитывающие национальные особенности, что несколько снижает ценность полученных результатов, а потому для национальных инвесторов гораздо больший интерес может представлять оценка национальных рейтинговых агентств, учитывающая специфику той или иной экономической системы и особенности местного ведения бизнеса. В связи с чем, возникает потребность их более детального изучения.

В качестве примера эффективной деятельности национальных рейтинговых агентств можно привести российские рейтинговые агентства. По состоянию на 2020 год в Российской Федерации было зарегистрировано 4 рейтинговых агентства: Эксперт РА, Национальное рейтинговое агентство (НРА), Аналитическое кредитное рейтинговое

агентство (АКРА), Национальные кредитные рейтинги (НКР) [2]. Рейтинги данных агентств представляют особый интерес для компаний, деятельность которых ориентирована на внутренний рынок. В качестве заказчиков присвоения рейтинга может выступать как государство, так различные организации. Стоимость оценки национальными рейтинговыми агентствами значительно ниже, а процедура оценки не только учитывает национальные особенности деятельности компании, но и осуществляется в гораздо более короткие промежутки времени, нежели при оценке международными агентствами. Преимуществом сотрудничества с национальными рейтинговыми агентствами является и то, что они могут предлагать клиентам дополнительные сервисы. В частности, российские рейтинговые агентства зачастую предоставляют рэнкинги компаний различных отраслей [2], что позволяет увидеть позицию оцениваемой организации среди других хозяйствующих субъектов, занимаемую ею исходя из разных критериев оценки. Что касается непосредственно оценки корпоративного управления, то она осуществляется путем исследования и анализа его отдельных элементов [3]. Критерием, определяющим качество корпоративного управления, является динамика эффективности основных финансово-экономических показателей функционирования компании, важнейшими из которых выступают рост эффективности ее деятельности и прирост инвестиций. Полученные в результате оценки рейтинги позволят потенциальным инвесторам получить независимое мнение по данному вопросу и более обоснованно подойти к принятию решения о вложении денежных средств в развитие того или иного бизнеса. Однако, в деятельности рейтинговых агентств есть и определенные недостатки, которые порой снижают качество полученных результатов. Так, при проведении рейтинговой оценки корпоративного управления, как правило, не проводится аудит информации на достоверность, что может привести к некоторому искажению полученных результатов и не позволяет отразить реальное состояние корпоративного управления в компании [3]. Недостатком является и то, что данные агентств порой запаздывают, что не позволяет вовремя увидеть надвигающийся кризис. Но, несмотря на это, составленные агентствами рейтинги значительно упрощают процесс принятия решения на стадии выбора объекта инвестирования и повышают имидж компаний получивших высокую оценку.

Одним из хорошо известных рейтинговых агентств является также и частная украинская компания Украинское кредитно-рейтинговое агентство (UCRA). Она специализируется на оценке кредитоспособности заемщиков с присвоением кредитных рейтингов по Национальной рейтинговой шкале и имеет статус уполномоченного рейтингового агентства Национальной комиссии по ценным бумагам и фондовому рынку Украины [4]. Особенностью данного агентства является то, что оно осуществляет деятельность не только на национальном, но и на международном уровне, что значительно повышает ценность присвоенных ею рейтингов.

В качестве примера эффективной деятельности рейтинговых агентств в сфере оценки корпоративного управления можно привести и созданное в 2019 году казахстанско-российское рейтинговое агентство. Данное агентство было открыто в Казахстане на партнерских началах российским Аналитическим кредитным рейтинговым агентством (АКРА) и Международным финансовым центром «Астана» [5]. Целью его создания изначально являлось повышение прозрачности рынка и его инвестиционной привлекательности. Ранее в Казахстане работали только международные рейтинговые агентства Standard & Poors, Moody's и Fitch Ratings [5].

Как альтернативу рейтинговых агентств «большой тройки» (Fitch Ratings, Standard & Poors, Moody's) позиционирует себя и созданное в 2013 году совместными усилиями Рус-Рейтинг, Dagong Global Credit Rating и Egan-Jones Ratings международное рейтинговое агентство Universal Credit Rating Group со штаб-квартирой в Гонконге.

Все рассмотренные выше рейтинговые агентства преследуют своей целью дачу объективной оценки состоянию дел в компании, наиболее полного представления о происходящих в ней процессах. Но в первую очередь они показывают уровень развития в организации корпоративного управления, от эффективности которого напрямую зависят как результаты деятельности компании, так и ее инвестиционная привлекательность.

От того какие были получены результаты оценки напрямую зависят все дальнейшие действия организации. Однако, в любом случае их суть будет сводиться к разработке комплекса мер по повышению эффективности корпоративного управления в компании. Разница будет состоять лишь в глубине и масштабах предпринимаемых действий, а также в количестве затраченных на это средств, ресурсов и усилий.

Библиографические ссылки

1. Молохович М. В. Корпоративное управление в системе менеджмента компании: подходы к трактовке и механизмы совершенствования // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. 2019. № 13. С. 27–33.
2. Российские рейтинговые агентства : [сайт]. URL: https://www.banki.ru/wikibank/rossiyskie_reytingovye_agentstva/ (дата доступа: 16.02.2021).
3. Мальцевич В. М. Рейтинг как способ оценки эффективности корпоративного управления : [сайт]. URL: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/8394/1/20.pdf> (дата доступа: 15.02.2021).
4. Украинское кредитно-рейтинговое агентство : [сайт]. URL: <https://cbonds.ru/company/22421/> (дата доступа: 16.02.2021).
5. В МФЦА создано казахстанско-российское рейтинговое агентство : [сайт]. URL: <https://kursiv.kz/news/finansy/2019-07/v-mfca-sozdano-kazakhstansko-rossiyskoe-reytingovoe-agentstvo> (дата доступа: 15.02.2021).

УДК 338.5:334.3(043.2)(476)

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ИННОВАЦИОННУЮ ПРОДУКЦИЮ И СТИМУЛИРОВАНИЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

Ю. Э. Морозова

*Магистр управления бизнесом,
старший преподаватель кафедры инноватики и предпринимательской деятельности
экономического факультета Белорусского государственного университета, г. Минск*

В статье рассматриваются основные аспекты особенностей ценообразования инновационной продукции, а также определены основные элементы, которые целесообразно учитывать при формировании цен на новый продукт. Приведены основные направления стимулирования коммерциализации инноваций.

Ключевые слова: инновация; цена; ценообразование; инновационная деятельность; стратегия; коммерциализации инноваций.

PRICING FOR INNOVATIVE PRODUCTS AND STIMULATING COMMERCIALIZATION

Y. E. Morozova

*Master of Business Administration, Senior Lecturer of Innovation and Entrepreneurship
Department at the Faculty of Economics of the Belarusian State University, Minsk*