



Роль СМИ в развитии корпоративного управления

Сергей Филин,
DВА, СМС

- ▶ В современном мире очень быстро идет внедрение корпоративного управления, как модели руководства современными организациями.
- ▶ Корпоративное управление достаточно давно применяется в АО, но в настоящее время оно все больше и больше начинает использоваться в государственное управление, в управление государственными предприятиями всех уровней, от подчиненных правительствам и министерствам, до подчиненных районным органам власти.
- ▶ Эта модель руководства еще достаточно нова для наших стран, но она становится все более популярной.

Что такое демократия?

Ответы:

- ▶ Свобода слова
- ▶ Власть народа

Над кем?

Что такое демократия?

Демократия, это управление властью!

- ▶ Законодательной
- ▶ Исполнительной
- ▶ Судебной
- ▶ Исполнительными органами в бизнесах

Если ЧЕТВЕРТАЯ власть не выполняет своей роли, то демократия невозможна!

Определения

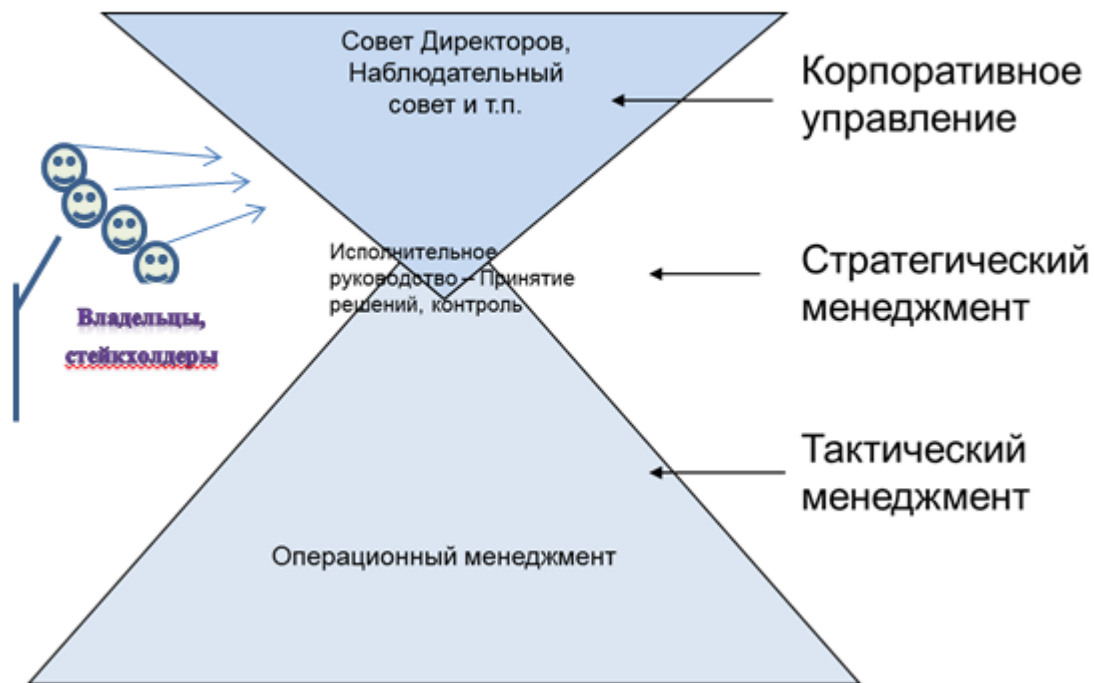
«Корпоративное управление относится к структурам и процессам управления и контроля за деятельностью компаний».

IFC

«Корпоративное управление включает в себя ряд взаимоотношений между руководством компании, ее советом директоров, акционерами и прочими заинтересованными лицами. Корпоративное управление также обеспечивает структуру, посредством которой задаются цели деятельности компании и определяются способы их достижения, а также средства мониторинга ее результатов».

Принципы КУ ОЭСР, 2004

Принципиальная модель корпоративного управления



Принципиальная модель корпоративного управления

- Акционеры выбирают директоров, которые представляют их интересы.
- Директора голосуют по ключевым вопросам и принимают основные решения.
- Решения принимаются прозрачно, чтобы акционеры сохраняли подотчетность директоров.
- Компания принимает бухгалтерские стандарты для производства информации необходимой директорам, инвесторам и другим заинтересованным лицам для принятия решений.
- Политики и практика компании соответствует национальным и местным законам.

Корпоративное управление

- ▶ Снижает риски;
- ▶ Стимулирует производительность;
- ▶ Улучшает доступ к рынку капиталов;
- ▶ Улучшает лидерство;
- ▶ Демонстрирует прозрачность и социальную ответственность;
- ▶ Улучшает имидж страны

Роли СМИ

1. Просветительская;
2. Аналитическая;
3. Рекламная;
4. Стимулирующая.

Просветительская

- ▶ Поскольку модель корпоративного управления только внедряется в наших странах, то СМИ возможно стоило бы взять на себя образовательную роль.
- ▶ Для этого можно было бы публиковать популярные статьи и делать передачи на темы корпоративного управления, разъясняя аудиториям, какие выгоды оно приносит владельцам бизнесов, особенно миноритарным акционерам, социуму, государственным органам и чиновникам.
- ▶ Для публикаций можно привлекать экспертов в корпоративном управлении, которые, хоть и в малом количестве, уже появились в наших странах.
- ▶ С другой стороны, средствам информации возможно стоило бы определить некоторое количество журналистов, которые бы обучились корпоративному управлению и могли бы подготавливать собственные материалы на основе реальных примеров.

Аналитическая

- ▶ Для того, чтобы показывать аудиториям все выгоды от применения корпоративного управления средствами информации стоило бы публиковать анализы работы различных предприятий и организаций, в том числе и анализы применения принципов корпоративного управления.
- ▶ Для этого СМИ надо бы сотрудничать с рейтинговыми агентствами и аналитиками, в том числе и аналитиками финансовых рынков, которые бы показали, как применяются принципы корпоративного управления и к каким результатам это приводит.
- ▶ К сожалению аналитиков пока что тоже не очень много.
- ▶ Примером такой практики можно считать работу канала РБК, в передачах которого аналитические материалы появляются постоянно и некоторые из них посвящены корпоративному управлению в бизнесах.

Рекламная

- ▶ Наши наблюдения за публикациями показывают достаточно большое количество материалов, посвященных успехам того или иного предприятия. Некоторые материалы, возможно, оплачиваются этими предприятиями, некоторые появляются благодаря различным информационным поводам. Материалы эти позитивные.
- ▶ Однако, мы не видим, чтобы успехи того или иного предприятия хоть как-то в публикациях связывались с применением принципов корпоративного управления.
- ▶ Думается, что при подготовке материалов журналисты могли бы расспрашивать и о корпоративном управлении. И, в случае обнаружения связи между успехами предприятия и корпоративным управлением, упоминали об этом в публикациях.
- ▶ Такие ссылки привлекали бы внимание и публики в целом, и владельцев, и менеджеров в частности к важности постановки корпоративного управления.
- ▶ Однако, стоит еще раз обратить внимание, для этого журналисты, пишущие о корпоративных событиях, должны хотя бы в общих чертах понимать принципы корпоративного управления.

Стимулирующая

- ▶ Обилие публикаций о различных аспектах корпоративного управления и эффективности, связанной с корпоративным управлением, очевидно, будет привлекать внимание владельцев бизнесов, чиновников, в чью зону ответственности входят те или иные организации.
- ▶ Такие публикации будут побуждать их на первом этапе разобраться, что же это такое, а на втором этапе применить корпоративное управление.
- ▶ С другой стороны, **критические** материалы о применении корпоративного управления в том или ином предприятии или организации тоже бы хорошо стимулировали.

Роли СМИ в развитии корпоративного управления в Казахстане

Просветительская

- ▶ К большому нашему сожалению просветительская роль СМИ в разъяснении того, что такое корпоративное управление, как оно работает и к каким выгодам приводит в Казахстане минимальная, если есть вообще.
- ▶ По крайней мере мы не наблюдали таких материалов.
- ▶ Наши попытки бесплатно обучить журналистов тому, что такое корпоративное управление фактически провалились. На наши семинары приходили единицы, не смотря на неоднократные приглашения.
- ▶ На фоне приближающегося народного IPO такая ситуация нас огорчает.

Аналитическая

- ▶ В казахстанской прессе достаточно много аналитических и констатирующих материалов посвященных финансовым рынкам, вопросам общего экономического пространства и вступления в ВТО.
- ▶ Однако аналитических материалов посвященных корпоративному управлению в целом и корпоративному управлению в конкретных предприятиях мы не наблюдаем.
- ▶ В настоящее время были бы полезны аналитические материалы по тем предприятиям, которые выходят на народное IPO, но и таких нет.

Рекламная

- ▶ На наш взгляд косвенная реклама корпоративного управления в казахстанских СМИ есть.
- ▶ По крайней мере, словосочетание «корпоративное управление» встречается часто.
- ▶ Однако эффективность таких упоминаний низкая в силу отсутствия просветительского компонента.
- ▶ Публика может просто не понимать, что это такое.

Стимулирующая

- ▶ Частое упоминание «корпоративного управления» в прессе очевидно несколько стимулирует владельцев, руководителей, чиновников разобраться в том, что это такое.
- ▶ Однако в отсутствие разъясняющих материалов шанс, что они начнут разбираться, учитывая, что литературы на эту тему в Казахстане мало.
- ▶ С другой стороны по нашим наблюдениям во многих казахстанских акционерных обществах не только не внедряется корпоративное управление, но и прямо нарушаются законы, в том числе Закон «Об акционерных обществах», который напрямую связан с корпоративным управлением.
- ▶ Мы знаем примеры отъема акций у акционеров, рейдерских захватов, отсутствия общих собраний акционеров и отсутствия советов директоров.
- ▶ Но в прессе об этом ни слова.
- ▶ Стимулирующая роль средств информации нуждается в развитии.

Выводы

- ▶ Таким образом, мы видим четыре роли СМИ в развитии корпоративного управления: просветительскую, аналитическую, рекламную, стимулирующую.
- ▶ Мы можем констатировать, что эти роли пока еще слабо развиты, по крайней мере, у казахстанских СМИ.
- ▶ Но корпоративное управление внедряется в Казахстане довольно быстро. Фонд национально благосостояния «Самрук–Казына» интенсивно внедряет его в своих предприятиях.
- ▶ Министерство образования и науки начало внедрение корпоративного управления в ВУЗах и школах, и, похоже, внедрение тоже будет происходить быстро.
- ▶ Организации здравоохранения переходят на хозяйственное ведение, которое во многом учитывает корпоративное управление.
- ▶ Народное IPO вот-вот начнется.
- ▶ Все эти тенденции, очевидно, нуждаются в информационной поддержке. Видимо СМИ пора интенсивнее участвовать в этих процессах.