

решаться педагогическая задача формирования личности активного гражданина России, и его ценностных ориентаций.

Литература

1. Янус М., К. де Бэккер. Молодежь и социальное участие. Компоненты для практической теории. Фламандский Молодежный Совет. 2002. – 176 с.
2. Корнеева Л.И. Современные интерактивные методы обучения в системе повышения квалификации руководящих кадров в Германии: зарубежный опыт // Университетское управление. 2004. № 4(32). С. 78–83.
3. Снякова (Пастухова) Л.С. Методическое пособие по проведению игры «Выборы» в рамках областного студенческого лагеря «РОСА». – Рязань, 2006. – 56 с.

Финансовые инновации – инструменты корпоративного управления

к.э.н. Зенкина Е.В.

Университет машиностроения

e-mail: evzenkina@mail.ru

Аннотация. В данной статье показано, что финансовые инновации в системе корпоративного управления имеют огромное значение. Бесспорно, накопленный мировой опыт в сфере мотивации сотрудников имеет потенциал для российских компаний всех направлений деятельности. К сожалению, возможности применения зарубежных механизмов мотивации сотрудников для российского режима корпоративного управления во многих случаях нецелесообразны из-за отсутствия налоговых стимулов применения.

Ключевые слова: финансовые инновации, внутрикорпоративные конфликты, система корпоративного управления, мотивации сотрудников, экономические инструменты урегулирования конфликтов, финансовые рынки, финансовая мотивация.

Финансовые инновации в системе корпоративного управления имеют огромное значение. Бесспорно, накопленный мировой опыт в сфере мотивации сотрудников имеет потенциал для российских компаний всех направлений деятельности.

Финансовые инновации - разновидность инструментов, применяемых при разрешении внутрикорпоративных конфликтов интересов.

Восстанавливающиеся объёмы финансовых рынков, отсутствие сверхвысоких скачков инфляции, приводящих к обесценению сбережений, сохранение участия населения в финансовых активах способствуют использованию акций при построении отношений в рамках внутрикорпоративного управления.

Рынок ценных бумаг, являясь механизмом публичного и независимого ценообразования на финансовые активы, может предложить множество инструментов для использования в процессе урегулирования корпоративных конфликтов.

Экономические инструменты урегулирования конфликтов интересов предоставляют возможность сотрудникам влиять на финансовый результат своей деятельности [1]. Чем выше результативность труда, тем выше стоимость акций, владельцами которых они становятся. В результате происходит совпадение интересов собственников бизнеса, наемных сотрудников и иных заинтересованных лиц. Смысл урегулирования конфликтов интересов становится очевидным потому что использование финансовых инструментов-инноваций в числе достоинств имеет долгосрочное обеспечение баланса интересов; объективную оценку отношений; устойчивую мотивацию сторон. А риски связаны только с возникновением рисков финансового рынка.

Формальной основой финансовой мотивации в системе корпоративного управления являются контракты (соглашения), заключаемые относительно будущей стоимости финансовых активов, определенного формата действий при наступлении оговоренных событий и

иных параметров. При этом финансовые инструменты характеризуются временным лагом между заключением сделки и моментом ее исполнения, т.е. "срочностью" [2].

Таким образом, финансовые инновации в системе корпоративного управления представляют собой срочные контракты, имеющие двойственную природу: с одной стороны, они направлены на решение конкретных управленческих задач собственников бизнеса, главная из которых - рост стоимости бизнеса, а с другой - на максимизацию потоков для их владельцев.

Финансовые инновации используются в финансовой сфере корпоративного управления только последние 30 лет (с 1970-х гг.) и различаются в зависимости от решаемого круга задач.

Классификация финансовых инноваций основывается на анализе организационно-правовых конструкций, разработанных в регулятивной практике стран с развитыми рынками ценных бумаг (на примере США и Великобритании), а также методик и технологий, фактически применяемых как в России, так и за рубежом.

Среди финансовых инструментов, являющихся основой для финансовой инновации являются акции, а именно Бонус акциями (Stock Bonus, Share Award) – используется преимущественно для мотивации менеджеров высокого уровня: генерального директора, членов совета директоров.

Кроме того, есть:

- программа премирования акциями с привязкой к бизнес-эффективности (Performance Shares/Stock/Stock Units) позволяет достичь наибольшего мотивационного эффекта;
- долгосрочные планы мотивации сотрудников на основе акций (Employee Stock Ownership Plan, ESOP, Share Incentive Plan, SIP) применяются в целях обеспечения корпоративной лояльности сотрудников и ориентированы на дифференцированную мотивацию широкого круга участников.

Интересными представляются программы мотивации сотрудников, являющиеся денежным эквивалентом стоимости акций:

- планы премирования фантомными акциями (Phantom Stock/Shares) применяются, если акционеры не заинтересованы в "разводнении" капитала, но нацелены на рост капитализации компании;
- планы премирования денежным эквивалентом стоимости акций с ограничениями (Restricted Stock/Share Equivalent);
- планы премирования денежным эквивалентом стоимости акций с ограничениями с привязкой к бизнес-эффективности (Performance Restricted Stock/Share Equivalent) применяются аналогично целям, указанным в случае с акциями, с учетом отсутствия интересов со стороны акционеров в "разводнении" капитала.

Также имеют место быть программы денежного эквивалента прироста стоимости акций:

- планы премирования приростом стоимости (Stock/Share Appreciation Rights, SAR) применяются, если акционеры не заинтересованы в "разводнении" капитала, но нацелены на рост капитализации компании;
- планы премирования правом на прирост стоимости акций с привязкой к бизнес-эффективности (Performance Stock/Share Appreciation Rights) применяются аналогично целям, указанным в случае с акциями, с учетом отсутствия интересов со стороны акционеров в "разводнении" капитала.

По категориям участников, на которые рассчитаны мотивационные планы:

1. Ориентация на широкий круг участников – трудовой коллектив: долгосрочные планы стимулирования сотрудников (Employee Stock Ownership Plan, ESOP, Employee Stock Purchase Plan, ESPP – в США, Share Incentive Plan, SIP – в Великобритании) получили наибольшее распространение среди крупных корпораций.
2. Ориентация на ключевых менеджеров: стандартные (в США и Великобритании) и нестандартные опционные программы, а также планы по премированию акциями

- (с условиями или без них) – наиболее популярные варианты финансовых инноваций.
3. Ориентация на топ-менеджеров и членов совета директоров: программы по выдаче бонусов в форме акций без условий могут использоваться в качестве пилотного проекта по применению мотивационных программ на основе акций.
 4. Дифференцированный подход: для отдельных целевых групп формируются программы премирования акциями/опционами с различными параметрами – данная практика подходит для крупных корпораций, распространяющих значительными кадровыми ресурсами и требующих различных подходов по повышению бизнес-эффективности.

Возможности применения зарубежных механизмов мотивации сотрудников для российского режима корпоративного управления во многих случаях нецелесообразны из-за налоговых стимулов применения.

Согласно анализу годовых отчетов российских компаний за 2002–2012 гг, составленных по российским принципам бухгалтерского учета и отчетности, Международным стандартам финансовой отчетности, а также Общепринятым принципам бухгалтерского учета США, а также на основании использования отчетной информации, раскрываемой в соответствии с требованиями Федеральной службы по финансовым рынкам РФ и Комиссии по ценным бумагам и биржам США, 14 публичных отечественных компаний имеют (ли) мотивационные программы на основе акций, еще несколько корпоративных программ находятся в стадии разработки [1].

Первым программу ввело ОАО "НК "ЮКОС" в 1998 г. За ним в 2000 г. последовали со-товые операторы ОАО "Мобильные ТелеСистемы" и ОАО "ВымпелКом". В 2001 г. свою программу разработало ОАО "ОМЗ", в 2003 г. – ОАО "Лукойл", в 2004 г. – ОАО РАЛ "ЕЭС России" и Группа "Амтел-Фредештайн", в 2005 г. – Группа "Пятерочка" (X% Retail Group) и ОАО "ЭКЗ "Лебедянский". В 2006 г. начата реализация программ ОАО "Ситроникс", ОАО "ОГК-5" и АБ Газпром банк, в 2007 г. – программ ОАО "ОГК-2" и ОАО "ОГК-4".

Естественно, что данные компании являются новаторами среди российских корпораций по применению методов вознаграждения ключевых менеджеров и директоров, для них характерно:

- разнообразие мотивационных программ;
- дифференциация условий участия;
- широкий круг участников мотивационных программ.

Доля акций, используемых на программы мотивации, составляет 3-4% от общего числа, за исключением программы ОАО "ВымпелКом" (6% капитала) [4]. Участниками программы являются ключевые менеджеры, члены совета директоров, консультанты и аудиторы (программа ОАО "НК "ЮКОС" участие директоров не предусматривала).

Срок исполнения права: от 2 до 10 лет. Устанавливается определенный период (от 45 до 190 дней) с момента увольнения, смерти или потери способности, в течение которого участник или его бенефициары могут исполнить право.

Причем срок исполнения права на вознаграждение для менеджеров составляет 2 года, для директоров - только в момент окончания исполнения обязанностей члена совета директоров. В случае увольнения менеджеров акции, срок погашения которых еще не наступил, аннулируются.

Например, для исполнения права в ОАО "Мобильные ТелеСистемы" установлено требование по присутствию компании среди 20 крупнейших мировых мобильных операторов и сохранению позиции крупнейшего оператора России (по выручке и росту рыночной капитализации).

Все используемые инструменты не могут быть переданы другим лицам, за исключением специальных случаев (смерть или потеря способности реализовать право на получение вознаграждения).

В ОАО "Газпромбанк" программа премирования приростом стоимости акций разрабо-

тана исключительно для иностранной дочерней компании.

Самой распространенной целью мотивации является обеспечение роста капитализации и создания объективных принципов вознаграждения сотрудников, адекватного приросту капитализации.

Применение программы, как правило, решает следующие задачи:

- устанавливает зависимость дохода менеджеров от цены акции компании;
- создаёт материальную заинтересованность менеджеров в долгосрочном и устойчивом процветании фирмы;
- удерживает высококвалифицированные и эффективные управленческие кадры.

Выводы

К сожалению, возможности применения зарубежных механизмов мотивации сотрудников для российского режима корпоративного управления во многих случаях нецелесообразны из-за отсутствия налоговых стимулов применения.

Литература

1. Логинов А.А. Акции, опционы, "фантомы" для менеджеров. Финансовые инновации и корпоративное управление. – М., GELEOS Publishing House; Кэпитал Трейд Компани, 2011.
2. Фельдман А.Б. Производные финансовые и товарные инструменты: учебник. – М.: Изд-во Экономика, 2008.
3. Маршалл, Джон Ф. Финансовая инженерия: пер. с англ. – М., Инфра-М, 1998.
4. Annual Report Pursuant to Section 13 or 15 (d) of the Securities Exchange Act of 1934 For the fiscal year ended December 31, 2009 OJSC "VIMPEL-COMMUNICATIONS". – VimpelCom, 2010. – P. 103-104. – URL: <http://www.vimpelcom.com>

Промышленный шпионаж и деловая разведка как возможности реализации и развития инноваций в промышленности.

Кеткина Е.А., к.э.н. Бурлаков В.В.
Университет машиностроения
k_len@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены промышленный шпионаж и деловая разведка как возможности для развития производства за счет использования инновационных разработок конкурентов.

Ключевые слова: инновации, промышленный шпионаж, бенчмаркинг, деловая разведка.

В настоящее время, одна из основных задач, стоящих перед отечественными производителями, независимо от отрасли - это инновационное развитие своего производства, в основе которого будет лежать постоянное создание и внедрение современных технологий, научных достижений и разработок [1, с. 67]. В этой связи стоит рассмотреть такие понятия как промышленный шпионаж и деловая разведка.

Можно сказать, что промышленный шпионаж существует со времен Древней Греции, с того момента, когда Прометей украл огонь с Олимпа и отнес его к людям. Моральные и меркантильные аспекты данного явления можно обсуждать долго и не особенно перспективно, но, основным в этом должно являться практическое применение инновации в жизни. Неоднократно бывало, что инновация, внедренная одним производителем, не получает широкого внедрения в производство и забывается, а впоследствии возрождается как птица Феникс через несколько лет, но уже у другого производителя. Причем, получив разработанную новинку за бесценок – производителю остается лишь вложиться только в ее раскрутку, т.е. рекламную компанию и далее получать от этого дивиденды.

Во всем мире информация является наиболее ценным и продаваемым товаром, как ска-